

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Mayoritas responden yang menggunakan kosmetik adalah responden berusia antara 21-23 tahun dengan pendapatan berkisar Rp 1.000.000,00 – 1.400.000,00 per bulan. Pekerjaan mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa dan berstatus tidak menikah. Merek kosmetik yang digunakan responden mayoritas adalah Maybelline dan referensi dalam membeli kosmetik adalah teman.
2. Terdapat pengaruh negara asal yang positif pada loyalitas merek. Untuk mengetahui pengaruhnya, dapat dilihat pada nilai *Standardized Coefficient Beta* sebesar 0,258 yang berarti bahwa negara asal mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas merek dan nilai thitung  $3,765 > 1,97214$   $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa negara asal mempunyai pengaruh positif secara signifikan pada loyalitas merek, atau H1 diterima.
3. Terdapat pengaruh merek yang positif pada loyalitas merek. Untuk mengetahui pengaruhnya, dapat dilihat pada nilai *Standardized Coefficient Beta* sebesar 0,329 yang berarti bahwa merek mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas merek dan nilai thitung  $4,897 >$

1,97214  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa merek mempunyai pengaruh positif secara signifikan pada loyalitas merek, atau H2 diterima.

4. Terdapat pengaruh reputasi merek yang positif pada loyalitas merek. Untuk mengetahui pengaruhnya, dapat dilihat pada nilai *Standardized Coefficient Beta* sebesar 0,550 yang berarti bahwa reputasi merek mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas merek dan nilai  $t_{hitung}$  9,277 > 1,97214  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 0,000. Variabel reputasi merek mempunyai pengaruh yang paling kuat terhadap loyalitas merek. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa reputasi merek mempunyai pengaruh positif secara signifikan pada loyalitas merek, atau H3 diterima.
5. Secara keseluruhan, negara asal, merek, dan reputasi merek berpengaruh positif terhadap loyalitas merek. Variabel reputasi merek memberikan pengaruh yang paling besar terhadap loyalitas merek (29,9%), dan variabel negara asal memberikan pengaruh yang paling kecil terhadap loyalitas merek (6,2%).

## 5.2. Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian ini, berikut adalah implikasi manajerial yang bisa diterapkan oleh produsen kosmetik dan para pemasar kosmetik profesional.

1. Faktor negara asal memberikan pengaruh secara positif terhadap loyalitas merek, hal ini menunjukkan bahwa negara asal suatu produk

diperhitungkan konsumen untuk terus menggunakan merek dari produk yang sudah digunakannya. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak pemasar untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai kualitas produk merek tertentu berdasarkan negara asal dari merek tersebut.

2. Merek memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas merek, hal ini menunjukkan bahwa merek suatu produk diperhitungkan konsumen untuk terus menggunakan merek dari produk yang sudah digunakannya. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak produsen untuk terus memberikan manfaat yang konsisten bagi konsumennya, dan pihak pemasar dapat melakukan promosi maupun iklan untuk memperkenalkan merek secara lebih luas kepada calon konsumen melalui berbagai media, dan dapat memperluas jaringan penjualan merek ke berbagai daerah.
3. Reputasi merek memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas merek, hal ini menunjukkan bahwa reputasi merek suatu produk diperhitungkan konsumen untuk terus menggunakan merek dari produk yang sudah digunakannya. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak pemasar untuk menyertakan testimoni pelanggan saat promosi produk dilakukan. Pemasar dapat memberikan informasi mengenai manfaat produk sesuai dengan apa yang terkandung dalam produk tersebut agar konsumen memperoleh hasil atau kualitas sesuai dengan informasi yang telah mereka terima dari pemasar.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian

Meskipun penulis telah berusaha sebaik mungkin dalam melakukan penelitian, namun penulis menyadari adanya keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu antara lain :

1. Penelitian ini berfokus pada merek kosmetik tertentu yang dijual di DIY, sehingga hasil penelitian belum tentu relevan apabila diaplikasikan pada merek kosmetik lain yang dijual di kota lain maupun industri yang menjual produk lainnya, sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti dengan objek yang berbeda.
2. Responden yang direkrut hanya berjumlah 200 dan dalam kurun waktu bulan Juli – Agustus 2015 di DIY, sehingga untuk penelitian selanjutnya bisa menambahkan jumlah responden yang lebih banyak dan melakukan penelitian di kota lain agar lebih mewakili populasi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal :

- Aaker, J.L., (1997), "Dimensions of Brand Personality", *Journal of Marketing Research*, XXXIV (3), pp. 347-356
- Agarwal, S., dan Sikri, S.,(1996), "Country Image : Consumer Evaluation of Product Category Extension", *International Marketing Review*, Vol. 13, No.4
- Ahmed, S.A., d'Astous, A., (1994), "Comparison of Country of Origin Effects on Household and Organizational Buyers' Product Perceptions", *European Journal of Marketing*, Vol. 29, No. 3, pp. 35-51
- Ahmed, Z.U., Johnson, J.P., Yang, X., Fatt, C.K., Teng, H.S., dan Boon, L.C., (2004), "Does Country of Origin Matter for Low-Involvement Products?", *International Marketing Review*, Vol. XXI (1), pp. 102
- Azuizkulov, D., (2013), "Country of Origin and Brand Loyalty on Cosmetic Products Among University Utara Malaysia Students", *Atlantic Review of Economics*, Vol.2, pp. 1-39
- Catalin, M.C., Laurentiu, F.D., Andreea, P., (2014), "The Effect of Faulty or Potentially Harmful Products on Brand Reputation and Social Responsibility of Business", *Amfiteatru Economic*, Vol. 16, No. 35
- Chaudhuri, A., Holbrook., (2001), "The Chains of Effects from Brand Trust and Brand Performance : The Role of Brand Loyalty", *Journal of Marketing*, Vol. 65, pp 81-93
- Cordell, V.V., (1992), "Effects of Consumer Preferences for Foreign Sourced Products", *Journal of International Business Studies*, Second Quarter, pp. 251-269
- Foster, D. Brian., Cadogan, W. Jhon., (2000), "Relationship Selling and Customer Loyalty : An Empirical Investigation", *Journal of Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 18
- Giddens, N., dan Horfmann, A., (2010), Brand Loyalty, Iowa State University Extensions, Vol. 5, No. 54

- Hooley, G., D. Shipley, dan N. Krieger, (1988), "A Method for Modelling Consumer Perceptions of Country of Origin", *International Marketing Review*, V (3), pp.67-76
- Hunjra, A.L., dan Kiran, S., (2014), "Relationship Between Country of Origin Image, Product Knowledge, Product Involvement, and Purchase Intention", *Bulletin of Business and Economics*, Vol. III (1), pp. 17-46
- Khraim, H.S., (2011), "The Influence of Brand Loyalty on Cosmetics Buying Behavior of UAE Female Consumers", *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 3, No.2, pp. 123-133
- Kuenzel, S., Halliday, S.V., (2010), "The Chain of Effect from Reputation and Brand Personality Congruence to Brand Loyalty : The Role of Brand Identification", *Journal of Targeting, Measurement, and Analysis for Marketing*, Vol. 18, pp. 167-176
- Lau, G.T., Lee, S.H., (1999), "Consumer's Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty", *Journal of Marketing Focused Management*, Vol.4, pp. 341-370
- Lee, M., dan Lawrence, F.C., (2001), "A Cost/Benefit Approach to Understanding Service Loyalty", *Journal of Service Research*, Vol. 15, No. 2
- Lin, L.Y., dan Chen, C.S., (2006), "The Influence of the Country-of-Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions : An Empirical Study of Insurance and Catering Service in Taiwan", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 23, No.5
- Moradi, H., Zarei, A., (2012), "Creating Consumer-based Brand Equity for Young Iranian Consumers Via Country of Origin sub-components Effects", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 24, No.3, pp. 394-413
- Pappu, R., P. Quester, dan R. Cooksey, (2006), "Consumer-Based Brand Equity and Country of Origin Relationship : Some Empirical Evidence", *European Journal of Marketing*, XL(5/6), pp. 696-717
- Smith, R.E., dan Wright, W.F., (2004), "Determinans of Customer Loyalty and Financial Performance", *Journal of Management Accounting Research*, Vol. 16, pp. 183
- Sutanto, H., (2005), Strategi Membangun Loyalitas Pelanggan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan, Universitas Diponegoro

Zeb, H., Rashid, K., Javeed, M.B., (2011), Influence of Brands on Female Consumer's Buying Behavior in Pakistan, *International Journal of Trade, Economics, and Finance*, Vol. 2, No.3

**Buku :**

Aaker David, A., (1991), *Managing Brand Equity : Capitalizing on the Value of a Brand Name*, The Free Press, New York.

Aritonang, R., dan Lerbin R., (2007), *Riset Pemasaran Teori dan Praktik*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.

John, C., Michael., (1998), *Consumer Behavior*, Prentice-Hall, Inc., Edisi Kelima, New Jersey.

Kuncoro, M., (2008), *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, P., (2003), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesebelas, Penerbit Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

Marconi, J., (1994), *Beyond Branding*, Prentice Hall, Malaysia.

Mowen, J.C., dan Minor, M., (2002), *Perilaku Konsumen*, Jilid Kedua, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Rangkuti, F., (2004), *The Power of Brands : Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Santosa, P.B., dan Ahari, (2005), *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.

Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L., (2004), *Consumer Behavior*, Prentice Hall, Edisi Kedelapan, New Jersey.

Sekaran, Uma, dan Bougie, R., (2010), "*Research Methods for Business : A Skill Building Approach*", John Willey, United Kingdom.

Sugiyono, (2008), *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Suliyanto, (2006), *Metode Riset Bisnis*, Edisi Pertama, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Suliyanto, (2005), *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.

Susanto, A.B., dan Wijanarko, H., (2004), *Power Branding : Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, Cetakan I, Quantum Bisnis & Manajemen, Jakarta.

Umar, H.,(2003), *Metodologi Penelitian*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

**Website :**

‘Indonesia Pasar Potensial Bagi Industri Kosmetik’. Diakses dari <http://indonesianconsume.blogspot.com/2013/03/indonesia-pasar-potensial-bagi-industri.html> pada tanggal 5 Mei 2015.

‘Top Brand Award Indonesia’. Diakses dari <http://brandbeaute.blogspot.com/p/top-brand-kosmetik-indonesia.html> pada tanggal 5 mei 2015

Kemenperin.go.id, (2015), ‘Produk Impor Kuasai Pasar Kosmetik’. Diakses dari <http://www.kemenperin.go.id/artikel/11943/Produk-Impor-Kuasai-Pasar-Kosmetik> pada tanggal 10 Mei 2015

‘Kosmetik Ilegal Asal Cina di Pasar Beringharjo’. Diakses dari <http://www.kosmetikberbahaya.com/kosmetika-ilegal-asal-cina-di-pasar-beringharjo.html> pada tanggal 13 Mei 2015





**LAMPIRAN 1**  
**KUESIONER PENELITIAN**

## **Kuesioner**

No. resp :

### **KUESIONER PENELITIAN**

*Saudari terhormat,*

Sehubungan dengan penelitian yang sedang saya lakukan dalam rangka penyelesaian tugas akhir untuk memenuhi salah satu prasyarat kelulusan program sarjana strata 1 (S1), maka dengan ini saya memohon bantuan saudara untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini. Judul penelitian saya : "PENGARUH NEGARA ASAL (*COUNTRY OF ORIGIN*), MEREK, DAN REPUTASI MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK". Objek penelitian dilakukan pada merek kosmetik : NYX, Etude, Maybelline, Revlon, L'oreal, Oriflame, dan Ponds. Saudari yang pernah membeli dan menggunakan salah satu dari merek kosmetik tersebut dalam satu tahun terakhir, dimohon untuk dapat berpartisipasi dalam penelitian ini.

Untuk mendapatkan data yang berkualitas, penelitian ini membutuhkan ketelitian, kejujuran, dan keseriusan dari saudara dalam menjawab setiap pertanyaan yang ada.

Atas partisipasi, kerjasama dan bantuannya, diucapkan banyak terimakasih.

Peneliti,



Rikke Andriani

## **Bagian I**

### **Profil Responden**

Berikut adalah pertanyaan tentang data diri. Anda diminta untuk memberi tanda silang (X) pertanyaan yang paling sesuai menurut pendapat anda.

1. Usia :

- a. 18 – 20 tahun
- b. 21 – 23 tahun
- c. 24 – 26 tahun
- d. 27 – 29 tahun
- e. 30 – 32 tahun

2. Pendapatan/uang saku perbulan :

- a. Rp 500.000,00 – Rp 900.000,00
- b. Rp 1.000.000,00 – Rp 1.400.000,00
- c. Rp 1.500.000,00 – Rp 1.900.000,00
- d. Rp 2.000.000,00 – Rp 2.400.000,00
- e. > Rp 2.500.000,00

3. Pekerjaan :

- a. Pelajar/Mahasiswa
- b. Karyawan
- c. Wiraswasta
- d. Ibu rumah tangga

4. Status :

- a. Menikah
- b. Tidak menikah

5. Merek kosmetik apa yang anda gunakan? (isi salah satu saja)

- a. NYX (Amerika)
- b. Etude (Korea)
- c. Maybelline (Amerika)
- d. Revlon (Amerika)
- e. L'oreal (Prancis)
- f. Oriflame (Swedia)
- g. Ponds (Indonesia)

6. Siapa kelompok atau seseorang yang mempengaruhi keputusan anda dalam membeli kosmetik?

- a. Teman
- b. Bintang iklan / artis
- c. Keluarga
- d. Tenaga penjual

## Bagian II

Berikut ini adalah pernyataan - pernyataan mengenai negara asal (country of origin), merek kosmetik, reputasi merek, dan loyalitas merek. Pilihlah salah satu alternatif jawaban dengan memberi tanda centang (√) untuk setiap pernyataan sesuai dengan pendapat saudara.

### KETERANGAN:

**STS** : Sangat Tidak Setuju      **N** : Netral      **SS** : Sangat Setuju

**TS** : Tidak Setuju      **S** : Setuju

### COUNTRY OF ORIGIN

Negara pada pernyataan dibawah ini merupakan **NEGARA ASAL KOSMETIK YANG SAUDARI GUNAKAN**, sesuai jawaban saudara pada pertanyaan no. 5 diatas.

Misal : anda memakai kosmetik Etude, berarti negara yang dimaksud adalah Korea

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Level pembangunan ekonomi negara ini tinggi					
2	Kondisi politik dan demografi negara ini baik					
3	Level industrialisasi negara ini tinggi					
4	Standar hidup di negara ini tinggi					
5	Tingkat kemajuan teknis negara ini tinggi					
6	Kualitas kosmetik yang dihasilkan negara ini tinggi					
7	Menggunakan kosmetik dari negara ini merupakan hal yang menarik					
8	Produk yang dibuat di negara ini dapat dipercaya					

## MERЕК

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Nama merek penting bagi saya ketika saya membeli produk kosmetik					
2	Saya lebih memilih menggunakan merek yang menguntungkan secara teratur					
3	Kosmetik bermerek memainkan peran penting bagi saya					
4	Apakah anda setuju dengan pernyataan “kamu adalah apa yang kamu gunakan”					
5	Merek tidak menambah kualitas hidup saya ®					

## REPUTASI MERЕК

Merek pada pernyataan di bawah ini **MERUPAKAN MERЕК KOSMETIK YANG SAUDARI GUNAKAN** sesuai jawaban saudara pada pertanyaan no. 5 di atas. Misal anda menggunakan NYX, berarti merek yang dimaksud di bawah ini yaitu NYX

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Merek kosmetik ini memiliki reputasi yang baik					
2	Orang lain mengatakan kepada saya, merek kosmetik ini dapat diandalkan					
3	Merek kosmetik ini memiliki reputasi dapat memberikan hasil yang baik					
4	Orang lain mengatakan kepada saya, merek kosmetik ini tidak baik®					
5	Saya pernah mendengar komentar negatif mengenai merek kosmetik ini®					

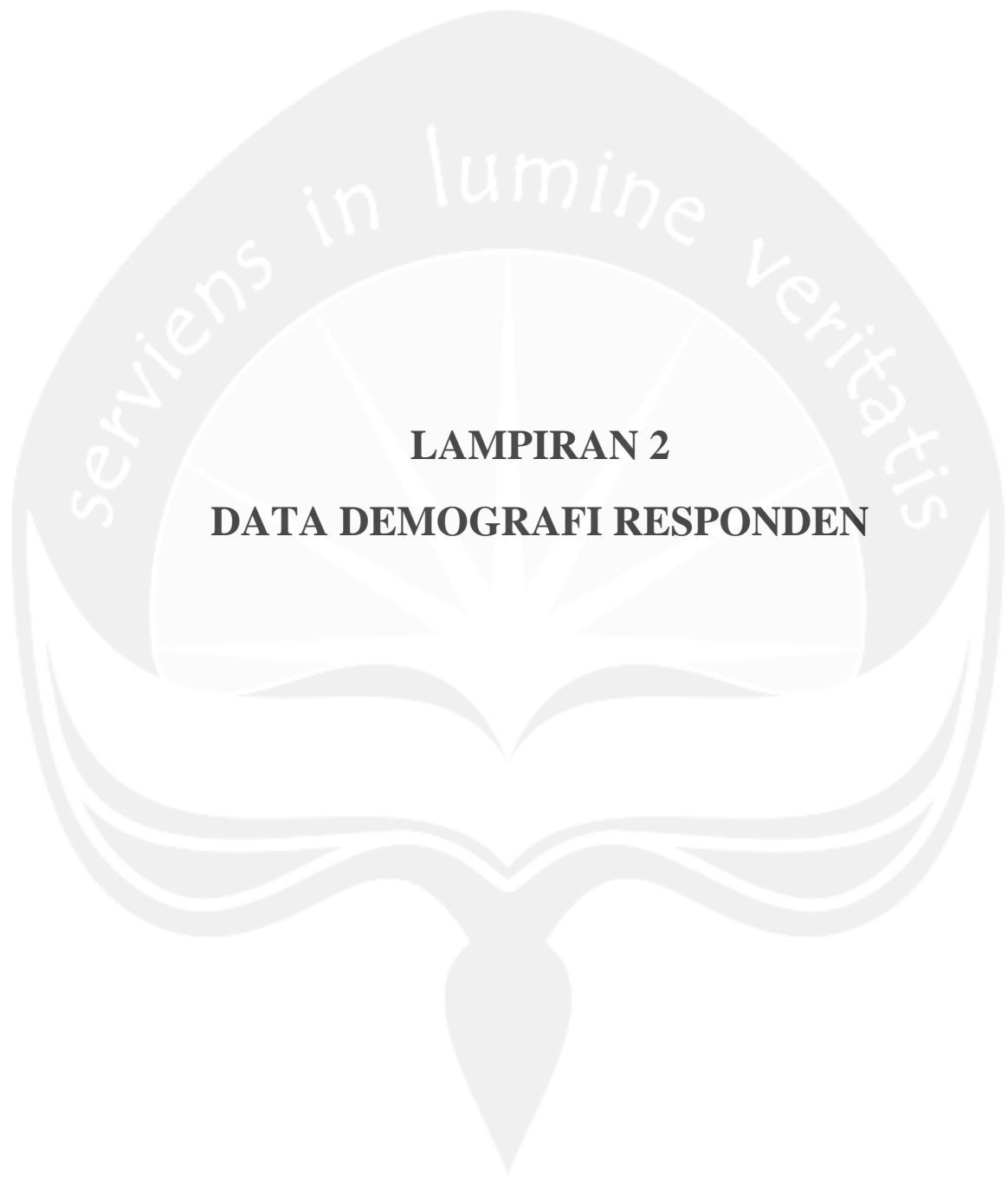
### LOYALITAS MEREK

Loyalitas Merek pada pernyataan di bawah ini **MERUPAKAN MEREK KOSMETIK YANG SAUDARI GUNAKAN** sesuai jawaban saudara pada pertanyaan no. 5 di atas.

Misal anda menggunakan NYX, berarti merek yang dimaksud di bawah ini yaitu NYX

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya tidak berniat membeli merek kosmetik ini lagi ®					
2	Apabila merek lain diskon, saya akan membeli merek lain ®					
3	Jika merek ini tidak tersedia di toko ketika saya membutuhkannya, saya akan membeli di lain waktu					
4	Jika merek ini tidak tersedia di toko ketika saya membutuhkannya, saya akan membelinya di toko lain					
5	Apabila orang lain mempunyai penilaian negatif tentang merek ini, saya akan berusaha membela merek tersebut					
6	Saya sering mengatakan pada teman sebaik apa merek ini					
7	Saya mempercayai orang yang membuat komentar negatif tentang merek ini®					
8	Saya tidak akan merekomendasikan merek ini kepada seseorang yang tidak dapat memutuskan merek mana yang akan dibeli®					

® dalam skala *reverse*



**LAMPIRAN 2**  
**DATA DEMOGRAFI RESPONDEN**

## FREKUENSI PROFIL RESPONDEN

### Usia Responden

#### Statistics

Usia

N	Valid	200
	Missing	0
Mean		1.96
Median		2.00
Mode		2
Minimum		1
Maximum		5

#### USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-20	36	18.0	18.0	18.0
21-23	144	72.0	72.0	90.0
24-26	13	6.5	6.5	96.5
27-29	6	3.0	3.0	99.5
30-32	1	.5	.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	



## Pendapatan Responden perbulan

### Statistics

Pendapatan

N	Valid	200
	Missing	0
Mean		2.72
Median		2.00
Mode		2
Minimum		1
Maximum		5

### Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	42	21.0	21.0	21.0
Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	59	29.5	29.5	50.5
Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	42	21.0	21.0	71.5
Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	27	13.5	13.5	85.0
> Rp 2.500.000,00	30	15.0	15.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

## Pekerjaan Responden

### Statistics

Pekerjaan

N	Valid	200
	Missing	0
Mean		1.22
Median		1.00
Mode		1
Minimum		1
Maximum		4

### Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswi	170	85.0	85.0	85.0
Karyawan	19	9.5	9.5	94.5
Wiraswasta	9	4.5	4.5	99.0
Ibu Rumah Tangga	2	1.0	1.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

## Status Responden

### Statistics

Status

N	Valid	200
	Missing	0
Mean		1.96
Median		2.00
Mode		2
Minimum		1
Maximum		2

### Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menikah	8	4.0	4.0	4.0
	Tidak Menikah	192	96.0	96.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

## Merek Kosmetik yang digunakan Responden

### Statistics

Merek Kosmetik

N	Valid	200
	Missing	0
Mean		3.32
Median		3.00
Mode		3
Minimum		1
Maximum		7

### Merek Kosmetik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NYX	41	20.5	20.5	20.5
	Etude	34	17.0	17.0	37.5
	Maybelline	46	23.0	23.0	60.5
	Revlon	34	17.0	17.0	77.5
	L'oreal	8	4.0	4.0	81.5
	Oriflame	17	8.5	8.5	90.0
	Ponds	20	10.0	10.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

## Referensi Responden dalam Membeli Kosmetik

### Statistics

Referensi Responden dalam  
Membeli Kosmetik

N	Valid	200
	Missing	0
Mean		1.83
Median		1.00
Mode		1
Minimum		1
Maximum		4

### Referensi Responden dalam Membeli Kosmetik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Teman	103	51.5	51.5	51.5
Bintang Iklan / Artis	35	17.5	17.5	69.0
Keluarga	55	27.5	27.5	96.5
Tenaga Penjual	7	3.5	3.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	



**LAMPIRAN 3**

**VALIDITAS DAN RELIABILITAS**



COO5	Pearson Correlation	.618**	.484**	.404**	.604**	1	.525**	.350**	.410**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.002	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
COO6	Pearson Correlation	.447**	.338**	.377**	.523**	.525**	1	.438**	.687**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
COO7	Pearson Correlation	.162	.204	.189	.252*	.350**	.438**	1	.504**	.551**
	Sig. (2-tailed)	.164	.080	.104	.029	.002	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
COO8	Pearson Correlation	.371**	.323**	.360**	.372**	.410**	.687**	.504**	1	.697**
	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.002	.001	.000	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
SKOR	Pearson Correlation	.743**	.680**	.665**	.785**	.787**	.760**	.551**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## MERЕК

### Correlations

		B1	B2	B3	B4	B5	SKOR
B1	Pearson Correlation	1	.228*	.442**	.280*	.357**	.642**
	Sig. (2-tailed)		.049	.000	.015	.002	.000
	N	75	75	75	75	75	75
B2	Pearson Correlation	.228*	1	.287*	.227	.292*	.525**
	Sig. (2-tailed)	.049		.012	.051	.011	.000
	N	75	75	75	75	75	75
B3	Pearson Correlation	.442**	.287*	1	.592**	.481**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.012		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
B4	Pearson Correlation	.280*	.227	.592**	1	.418**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.015	.051	.000		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
B5	Pearson Correlation	.357**	.292*	.481**	.418**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.002	.011	.000	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75
SKOR	Pearson Correlation	.642**	.525**	.820**	.744**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## REPUTASI MEREK

Correlations

		BR1	BR2	BR3	BR4	BR5	SKOR
BR1	Pearson Correlation	1	.222	.559**	.311**	.270*	.610**
	Sig. (2-tailed)		.056	.000	.007	.019	.000
	N	75	75	75	75	75	75
BR2	Pearson Correlation	.222	1	.555**	.320**	.151	.662**
	Sig. (2-tailed)	.056		.000	.005	.196	.000
	N	75	75	75	75	75	75
BR3	Pearson Correlation	.559**	.555**	1	.332**	.223	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.004	.055	.000
	N	75	75	75	75	75	75
BR4	Pearson Correlation	.311**	.320**	.332**	1	.436**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.007	.005	.004		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
BR5	Pearson Correlation	.270*	.151	.223	.436**	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.019	.196	.055	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75
SKOR	Pearson Correlation	.610**	.662**	.731**	.719**	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



BL6	Pearson Correlation	.220	.184	.230*	.109	.367**	1	.175	.230*	.560**
	Sig. (2-tailed)	.058	.115	.047	.353	.001		.132	.047	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
BL7	Pearson Correlation	.277*	.480**	.167	.055	.233*	.175	1	.368**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.152	.639	.044	.132		.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
BL8	Pearson Correlation	.323**	.268*	.092	.106	.087	.230*	.368**	1	.582**
	Sig. (2-tailed)	.005	.020	.432	.367	.460	.047	.001		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
SKOR	Pearson Correlation	.573**	.652**	.482**	.308**	.438**	.560**	.647**	.582**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## RELIABILITAS

### NEGARA ASAL

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	9

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
COO1	58.25	72.273	.703	.748
COO2	58.53	71.820	.624	.749
COO3	58.36	74.234	.622	.757
COO4	58.39	69.348	.741	.736
COO5	58.31	69.918	.745	.738
COO6	58.48	71.469	.720	.745
COO7	58.97	73.945	.481	.759
COO8	58.51	73.226	.653	.752
SKOR	31.19	20.397	1.000	.856

## MEREK

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	33.07	29.658	.557	.759
B2	33.15	31.289	.440	.778
B3	33.60	26.811	.758	.719
B4	33.65	27.689	.662	.735
B5	34.05	27.267	.668	.731
SKOR	18.61	8.700	1.000	.745

## REPUTASI MEREK

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BR1	34.27	18.063	.542	.755
BR2	34.75	16.516	.556	.733
BR3	34.52	16.821	.662	.728
BR4	34.60	16.378	.633	.724
BR5	35.03	15.729	.550	.726
SKOR	19.24	5.077	1.000	.689

## LOYALITAS MEREK

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.720	9

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BL1	53.65	36.932	.478	.691
BL2	54.43	34.978	.550	.676
BL3	54.16	37.947	.378	.703
BL4	53.83	40.199	.213	.721
BL5	54.41	38.948	.347	.709
BL6	54.09	38.005	.485	.697
BL7	53.88	37.134	.580	.687
BL8	54.15	37.208	.496	.692
SKOR	28.84	10.596	1.000	.639





**LAMPIRAN 4**  
**OLAH DATA REGRESI SEDERHANA**

Negara asal → Loyalitas Merek

## Regression

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	COO <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: BRAND LOYALTY

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.258 <sup>a</sup>	.067	.062	3.114

a. Predictors: (Constant), COO

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	137.476	1	137.476	14.174	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1920.399	198	9.699		
	Total	2057.875	199			

a. Predictors: (Constant), COO

b. Dependent Variable: BRAND LOYALTY

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.809	1.377		17.296	.000
	COO	.168	.045	.258	3.765	.000

a. Dependent Variable: BRAND LOYALTY

## Merek → Loyalitas Merek

### Regression

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Merek <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: BRAND LOYALTY

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.329 <sup>a</sup>	.108	.104	3.045

a. Predictors: (Constant), Merek

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	222.280	1	222.280	23.977	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1835.595	198	9.271		
	Total	2057.875	199			

a. Predictors: (Constant), Merek

b. Dependent Variable: BRAND LOYALTY

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.209	1.187		19.552	.000
	Merek	.305	.062	.329	4.897	.000

a. Dependent Variable: BRAND LOYALTY

## Reputasi Merek → Loyalitas Merek

### Regression

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Reputasi Merek <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: BRAND LOYALTY

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.550 <sup>a</sup>	.303	.299	2.692

a. Predictors: (Constant), Reputasi Merek

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	623.503	1	623.503	86.068	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1434.372	198	7.244		
	Total	2057.875	199			

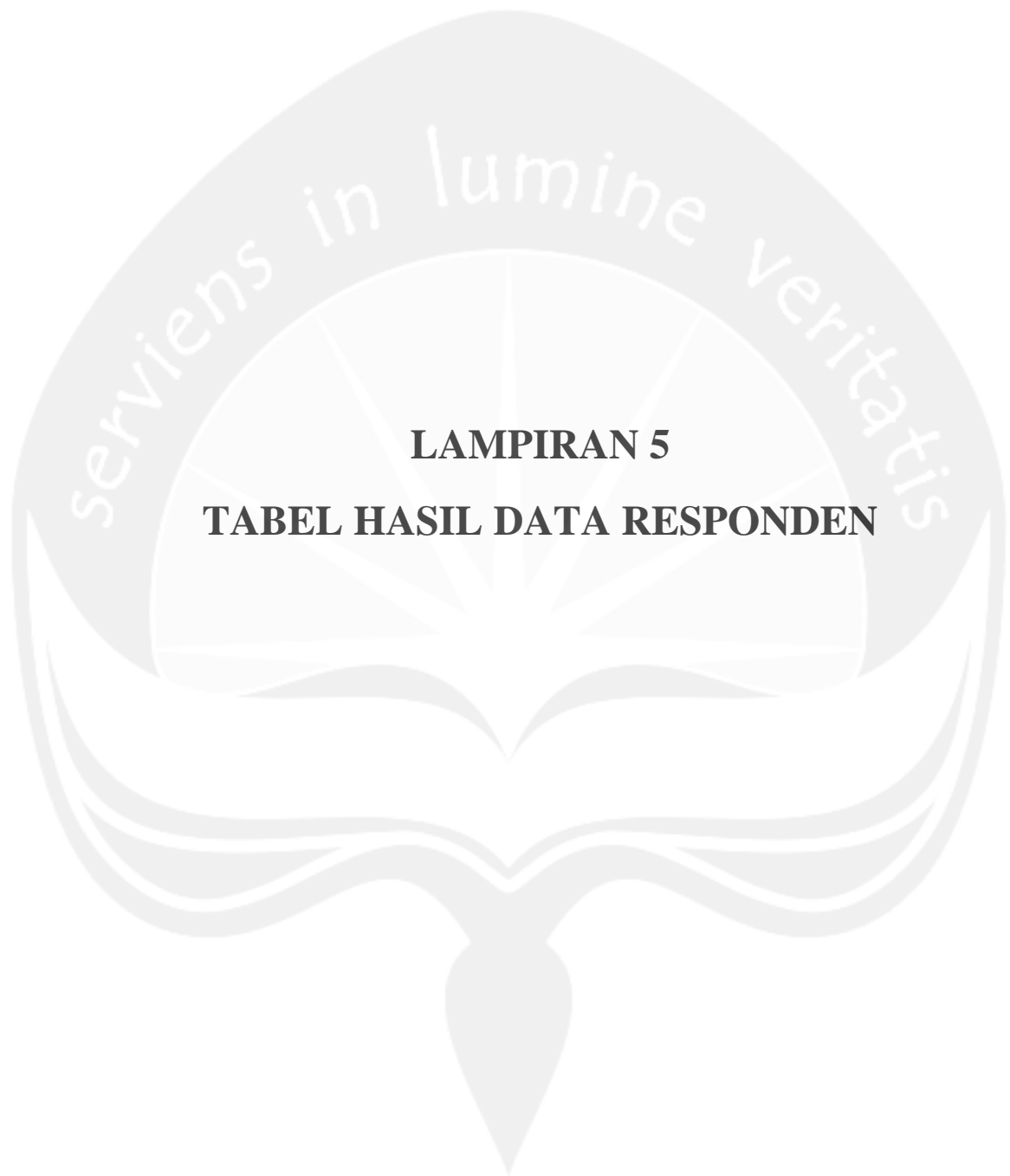
a. Predictors: (Constant), Reputasi Merek

b. Dependent Variable: BRAND LOYALTY

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.051	1.722		7.581	.000
	Reputasi Merek	.811	.087	.550	9.277	.000

a. Dependent Variable: BRAND LOYALTY



**LAMPIRAN 5**  
**TABEL HASIL DATA RESPONDEN**

No	Usia	Pendapatan	Pekerjaan	Status	Merek Kosmetik yang Digunakan	Referensi dalam Membeli Kosmetik	COO1	COO2	COO3	COO4	COO5	COO6	COO7
1	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	5	5	5	5	5	4
2	21-23	> Rp 2.500.000,00	Wiraswasta	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Bintang iklan/artis	5	4	5	5	5	5	3
3	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Teman	4	4	4	3	4	4	4
4	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	4	4	4	4	4	4	4
5	21-23	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	4	4	5	4	4	3
6	21-23	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	5	5	5	5	5	5
7	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Bintang iklan/artis	5	5	4	5	5	4	4
8	18-20	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	2	5	4	2	2	3	2
9	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Teman	4	4	4	2	2	3	2
10	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Bintang iklan/artis	4	4	4	4	4	4	3
11	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Bintang iklan/artis	4	4	4	5	4	4	4
12	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	3	4	4	5	4	4
13	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Keluarga	4	4	3	3	4	3	3
14	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Teman	4	4	4	4	4	4	2
15	18-20	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	L'oreal (Prancis)	Keluarga	5	3	4	5	5	5	3
16	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Bintang iklan/artis	4	3	4	4	4	4	3
17	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	4	4	4	4	4	2
18	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Tenaga penjual	5	4	4	5	4	5	1
19	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Bintang iklan/artis	4	5	5	5	5	4	4
20	24-26	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	L'oreal (Prancis)	Teman	4	4	4	4	4	4	3
21	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	3	3	4	3	4	4	4



No	Usia	Pendapatan	Pekerjaan	Status	Merek Kosmetik yang Digunakan	Referensi dalam Membeli Kosmetik	COO1	COO2	COO3	COO4	COO5	COO6	COO7
22	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	4	4	4	3	4	2	1
23	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Bintang iklan/artis	5	4	4	5	5	4	3
24	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Teman	5	5	5	4	4	4	3
25	21-23	> Rp 2.500.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	4	4	4	4	4	4	4
26	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	4	4	4	5	5	4	3
27	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Keluarga	4	4	4	4	5	4	4
28	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Keluarga	3	4	4	2	5	4	4
29	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Bintang iklan/artis	5	4	4	4	4	3	3
30	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Bintang iklan/artis	4	4	4	4	4	4	4
31	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Bintang iklan/artis	5	4	4	4	4	3	3
32	18-20	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Wiraswasta	Tidak menikah	Etude (Korea)	Keluarga	5	5	5	4	4	4	3
33	21-23	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	3	4	4	4	4	4
34	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	5	5	5	5	5	4
35	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	5	3	5	4	4	4	3
36	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Tenaga penjual	4	4	3	5	5	3	3
37	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	5	4	4	5	5	4	3
38	21-23	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	4	4	4	4	4	4
39	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Keluarga	5	4	4	4	4	4	3
40	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	4	4	4	4	4	4	4
41	27-29	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	2	3	4	2	2	3	3



No	COO8	B1	B2	B3	B4	B5	BR1	BR2	BR3	BR4	BR5	BL1	BL2	BL3	BL4	BL5	BL6	BL7	BL8
22	1	5	4	4	2	4	5	2	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4
23	4	5	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3
24	4	5	5	2	2	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	2	5	2
25	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4
26	3	5	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
27	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	2	3	3	3	4
28	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2
29	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	2	4	2	3	3	3
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	4	4	2	3	3	3
32	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5
33	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3
34	5	4	4	2	2	4	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4
35	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4
36	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3	4	3	3	3	4
37	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	2	5	3	3	3	3	5	4	4
38	4	4	4	4	4	2	5	2	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3
39	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2
41	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4

No	Usia	Pendapatan	Pekerjaan	Status	Merek Kosmetik yang Digunakan	Referensi dalam Membeli Kosmetik	COO1	COO2	COO3	COO4	COO5	COO6	COO7
42	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	4	4	4	4	4	3
43	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Teman	4	4	4	4	4	4	4
44	27-29	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Karyawan	Menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	5	4	5	5	5	3
45	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Teman	4	4	4	4	4	4	3
46	24-26	> Rp 2.500.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Etude (Korea)	Bintang iklan/artis	4	2	3	3	4	5	3
47	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	4	4	4	4	4	4	3
48	21-23	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Keluarga	4	4	3	4	5	5	4
49	21-23	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	4	4	4	4	4	2	4
50	18-20	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	4	5	4	5	4	3
51	21-23	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Tenaga penjual	4	3	3	2	2	2	2
52	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	3	4	3	3	3	4	3
53	21-23	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Teman	2	2	2	2	2	3	3
54	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	4	4	4	4	5	5
55	21-23	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	4	4	5	5	3	3
56	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Teman	3	1	4	4	2	4	3
57	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Bintang iklan/artis	4	3	4	5	3	3	3
58	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Bintang iklan/artis	4	3	3	4	4	4	4
59	27-29	> Rp 2.500.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	5	5	5	5	5	5	5
60	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	4	4	4	5	5	4
61	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	3	3	3	3	3	2	2

No	COO8	B1	B2	B3	B4	B5	BR1	BR2	BR3	BR4	BR5	BL1	BL2	BL3	BL4	BL5	BL6	BL7	BL8
42	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	4	4
43	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4
44	4	3	3	2	1	1	5	4	5	5	3	5	3	4	4	3	3	4	4
45	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3
46	4	5	3	4	4	3	5	4	5	4	3	5	4	2	5	4	4	5	5
47	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3
48	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2
50	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	3	5	5	4	2	4	5	5	4
51	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	3	5	4
52	3	4	4	4	4	2	4	2	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4
53	3	1	4	1	2	1	4	3	3	4	2	4	3	3	3	2	2	4	3
54	5	4	5	2	2	2	5	4	5	2	4	4	4	4	4	3	5	4	4
55	3	4	4	5	3	2	4	4	3	5	2	5	5	5	1	4	4	5	4
56	4	4	3	2	2	2	4	2	4	4	4	5	3	2	4	3	3	3	2
57	3	4	4	3	2	3	5	3	4	4	3	4	1	5	5	3	4	3	4
58	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
59	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
60	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	5	3
61	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	3	4

No	Usia	Pendapatan	Pekerjaan	Status	Merek Kosmetik yang Digunakan	Referensi dalam Membeli Kosmetik	COO1	COO2	COO3	COO4	COO5	COO6	COO7
62	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Wiraswasta	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Bintang iklan/artis	3	4	4	4	3	4	4
63	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Keluarga	3	1	4	3	3	3	3
64	18-20	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Teman	5	4	5	4	5	4	4
65	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Keluarga	4	3	3	4	4	4	4
66	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Menikah	Maybelline (Amerika)	Keluarga	5	5	5	5	5	5	5
67	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	5	4	5	4	5	5
68	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Bintang iklan/artis	4	4	5	4	5	3	3
69	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Tenaga penjual	4	4	4	4	4	4	4
70	18-20	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Bintang iklan/artis	4	4	4	4	4	4	4
71	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	4	4	4	4	4	3	4
72	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	5	5	5	5	5	4
73	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	3	4	4	2	3	4
74	27-29	> Rp 2.500.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	4	4	5	4	4	3
75	27-29	> Rp 2.500.000,00	Wiraswasta	Menikah	Etude (Korea)	Teman	4	2	2	1	4	3	4
76	18-20	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Tenaga penjual	4	3	4	4	4	3	3
77	18-20	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	3	3	4	4	4	3	4
78	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	4	3	4	4	4	4	5
79	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	4	4	4	4	4	4	3
80	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Bintang iklan/artis	5	4	5	5	5	4	4
81	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Bintang iklan/artis	2	2	4	4	1	2	4
82	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	4	4	4	4	4	4	4

No	COO8	B1	B2	B3	B4	B5	BR1	BR2	BR3	BR4	BR5	BL1	BL2	BL3	BL4	BL5	BL6	BL7	BL8
62	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3
63	3	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
64	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3
66	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	2	4	4	3	3	3	3
67	4	4	3	5	4	3	5	5	4	4	4	5	3	2	4	4	5	4	4
68	4	5	4	4	3	4	4	2	3	3	2	5	3	4	4	3	3	3	4
69	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
70	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	4	5	3	5	4	3	4	4	4	3	2	2	2	4	4	4	4	2	3
72	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3
73	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4
74	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4
75	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
76	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	2	3	4
77	4	4	3	4	3	4	4	3	3	5	5	4	4	3	4	3	3	4	3
78	5	4	4	3	3	3	4	5	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4
79	4	5	4	3	5	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2
80	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4
81	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
82	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3

No	Usia	Pendapatan	Pekerjaan	Status	Merek Kosmetik yang Digunakan	Referensi dalam Membeli Kosmetik	COO1	COO2	COO3	COO4	COO5	COO6	COO7
83	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Tenaga penjual	4	4	4	4	4	4	3
84	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	4	4	5	4	4	4	5
85	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	3	4	4	3	4	4
86	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	4	4	4	4	4	4
87	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Teman	3	4	4	4	4	4	4
88	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	5	5	5	5	5	5
89	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Keluarga	5	3	4	5	5	4	3
90	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Teman	3	2	2	3	4	2	2
91	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Teman	2	2	2	2	2	2	4
92	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Bintang iklan/artis	5	4	5	4	4	4	4
93	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Bintang iklan/artis	4	4	4	4	5	4	4
94	18-20	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	4	4	4	4	4	4	4
95	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Teman	4	4	4	4	5	5	4
96	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Keluarga	4	2	4	4	2	4	3
97	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	L'oreal (Prancis)	Keluarga	4	5	4	4	4	4	3
98	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	5	3	5	3	5	5	5
99	24-26	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	3	4	4	3	4	4	3
100	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Keluarga	5	4	5	5	3	4	3
101	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	4	3	5	5	5	4
102	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	5	4	3	4	4	4	4
103	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	2	2	4	2	2	2	2

No	COO8	B1	B2	B3	B4	B5	BR1	BR2	BR3	BR4	BR5	BL1	BL2	BL3	BL4	BL5	BL6	BL7	BL8
83	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4
84	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2
85	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3
86	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
87	4	3	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3
88	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3
89	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
90	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2
91	4	4	4	3	2	2	4	3	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4
92	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
94	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3
95	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	2	3	3	4
96	4	4	4	4	5	2	5	4	4	5	4	2	3	4	4	4	2	3	3
97	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3
98	5	4	2	2	1	4	4	5	5	5	5	5	3	5	1	3	5	5	5
99	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
100	5	3	4	4	5	3	4	3	3	4	4	5	3	4	4	3	3	5	3
101	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3
102	4	4	4	3	2	2	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	2	4	2
103	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	2

No	Usia	Pendapatan	Pekerjaan	Status	Merek Kosmetik yang Digunakan	Referensi dalam Membeli Kosmetik	COO1	COO2	COO3	COO4	COO5	COO6	COO7
104	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Bintang iklan/artis	4	4	4	5	5	5	5
105	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Teman	4	4	4	5	5	4	3
106	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	4	4	5	5	5	4
107	18-20	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	L'oreal (Prancis)	Teman	4	4	4	5	4	5	4
108	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	3	3	3	3	2	3	3
109	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Keluarga	4	2	4	4	3	4	4
110	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Keluarga	3	3	4	4	4	2	2
111	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	L'oreal (Prancis)	Teman	4	4	4	4	4	4	4
112	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Keluarga	3	4	3	4	4	3	3
113	18-20	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	4	4	4	3	4	3	3
114	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	4	3	4	4	4	4	4
115	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	5	4	5	5	5	3	4
116	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Keluarga	4	3	4	4	4	4	4
117	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Teman	4	3	3	4	4	5	5
118	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	L'oreal (Prancis)	Keluarga	5	4	4	5	4	3	3
119	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Teman	3	3	4	2	3	3	4
120	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Teman	3	3	4	3	3	4	4
121	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Keluarga	4	3	3	4	4	3	3
122	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	4	5	5	4	4	3	2
123	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	3	3	3	3	3	3	3
124	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	4	4	5	5	4	4



No	COO8	B1	B2	B3	B4	B5	BR1	BR2	BR3	BR4	BR5	BL1	BL2	BL3	BL4	BL5	BL6	BL7	BL8
104	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	3	1	3	5	4	5	3	4
105	4	4	3	4	4	1	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3
106	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
107	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3
108	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
109	4	5	4	5	3	2	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	3
110	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
111	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
112	2	4	3	4	4	3	4	3	3	5	4	3	5	4	4	4	3	3	3
113	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
114	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	3	4
115	4	5	5	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3
116	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
118	4	2	3	2	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3
119	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3
120	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2
121	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
122	3	2	3	2	3	1	4	2	3	4	2	4	5	2	3	3	1	2	1
123	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3
124	5	5	5	5	2	1	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4

No	Usia	Pendapatan	Pekerjaan	Status	Merek Kosmetik yang Digunakan	Referensi dalam Membeli Kosmetik	COO1	COO2	COO3	COO4	COO5	COO6	COO7
125	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	4	4	4	4	4	5
126	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	5	5	5	5	5	5
127	18-20	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Teman	4	1	2	2	1	4	4
128	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	4	3	3	4	4	4
129	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	4	5	5	5	4	4
130	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Keluarga	4	3	4	4	4	4	4
131	18-20	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Teman	4	4	4	4	4	4	4
132	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	4	3	4	4	4	4
133	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Karyawan	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	4	5	5	5	5	4
134	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	4	4	3	4	3	4
135	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	5	4	4	5	5	4	4
136	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	4	4	4	5	5	4	4
137	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	4	4	4	4	5	4
138	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	5	4	5	5	5	4	4
139	18-20	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	4	4	4	4	4	4	5
140	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Keluarga	4	4	5	5	4	5	5
141	18-20	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	4	4	4	4	4	4	4
142	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Teman	5	4	4	4	4	4	4
143	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Teman	4	4	4	3	3	3	3
144	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Keluarga	2	3	3	4	2	2	4
145	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Keluarga	3	3	3	3	4	4	3
146	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Bintang iklan/artis	4	4	4	5	3	3	4

No	COO8	B1	B2	B3	B4	B5	BR1	BR2	BR3	BR4	BR5	BL1	BL2	BL3	BL4	BL5	BL6	BL7	BL8
125	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3
126	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
127	4	5	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
128	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
129	4	4	5	3	3	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	2
130	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	5	3
131	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3
132	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
133	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	3	5	5
134	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4
135	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
136	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4
137	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3
139	5	5	5	4	2	4	5	5	4	4	3	5	3	4	4	3	3	3	5
140	5	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	3	5	5
141	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	4	3	4	3	4
142	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
143	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	5	5
144	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	3
145	3	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4
146	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3

No	Usia	Pendapatan	Pekerjaan	Status	Merek Kosmetik yang Digunakan	Referensi dalam Membeli Kosmetik	COO1	COO2	COO3	COO4	COO5	COO6	COO7
147	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	4	4	5	4	4	4
148	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	4	4	3	4	4	3
149	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Teman	4	4	4	4	4	4	4
150	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Keluarga	4	4	3	3	4	4	4
151	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	5	4	4	5	5	4	4
152	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Keluarga	2	2	2	3	3	3	3
153	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Keluarga	5	4	5	5	5	4	3
154	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	4	4	4	3	4	4	4
155	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Teman	2	2	2	4	3	3	3
156	18-20	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Bintang iklan/artis	3	2	3	4	2	2	3
157	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	2	2	4	2	2	2	5
158	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	3	2	4	3	3	3	3
159	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Keluarga	4	4	4	4	5	5	4
160	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	L'oreal (Prancis)	Keluarga	4	4	4	4	4	4	4
161	24-26	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Keluarga	3	3	3	3	3	2	3
162	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	3	2	4	4	4	3	3
163	18-20	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Teman	3	3	2	2	2	3	3
164	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	3	3	4	4	4	3	4
165	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	4	4	4	4	4	3
166	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Bintang iklan/artis	4	3	4	2	3	5	3
167	18-20	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Teman	4	4	4	4	4	4	4
168	18-20	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	3	4	2	2	3	4	4

No	COO8	B1	B2	B3	B4	B5	BR1	BR2	BR3	BR4	BR5	BL1	BL2	BL3	BL4	BL5	BL6	BL7	BL8
147	4	4	5	5	5	4	5	5	5	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4
148	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3
149	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
150	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4
151	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4
152	3	5	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
153	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3
154	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2
155	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
156	3	5	3	4	5	3	5	4	5	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4
157	2	4	5	4	4	2	4	3	4	3	3	4	2	4	4	3	3	3	3
158	3	5	5	3	3	2	4	4	4	4	3	4	3	5	5	4	3	4	3
159	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
160	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3
161	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
162	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	5	5	4	5	4	4	4	4
163	3	2	4	5	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4	2	5	2	4
164	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	2	4	2	2	3	3	3	4	1
165	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	4	2	3	4	3	4	3	3
166	4	4	3	2	3	1	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3
167	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3
168	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	3	2	4	4

No	Usia	Pendapatan	Pekerjaan	Status	Merek Kosmetik yang Digunakan	Referensi dalam Membeli Kosmetik	COO1	COO2	COO3	COO4	COO5	COO6	COO7
169	18-20	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Teman	4	3	4	4	4	4	3
170	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Bintang iklan/artis	3	2	4	3	3	3	4
171	18-20	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Keluarga	5	4	4	5	5	4	4
172	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Bintang iklan/artis	2	2	2	3	2	2	3
173	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Teman	4	2	3	3	4	3	3
174	24-26	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Keluarga	4	4	4	4	4	4	4
175	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	5	5	5	5	5	4	4
176	24-26	> Rp 2.500.000,00	Karyawan	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	4	5	5	5	4	4
177	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Pond's (Indonesia)	Keluarga	4	4	4	4	4	4	5
178	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Bintang iklan/artis	5	5	5	4	5	4	4
179	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	4	5	5	5	5	5
180	24-26	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Teman	5	4	4	3	5	3	3
181	30-32	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Wiraswasta	Menikah	NYX (Amerika)	Bintang iklan / artis	4	3	4	4	4	3	3
182	21-22	> Rp 2.500.000,00	Wiraswasta	Menikah	NYX (Amerika)	Bintang iklan / artis	3	2	2	3	3	3	2
183	24-26	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Oriflame (Swedia)	Teman	4	2	4	4	2	3	4
184	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Ibu rumah tangga	Menikah	NYX (Amerika)	Teman	4	3	4	4	4	4	3
185	18-20	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Etude (Korea)	Bintang iklan / artis	4	4	4	4	4	4	4
186	21-23	Rp 500.000,00 - Rp 900.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Maybelline (Amerika)	Keluarga	3	3	4	3	3	3	3
187	21-23	> Rp 2.500.000,00	Ibu rumah tangga	Menikah	NYX (Amerika)	Bintang iklan / artis	4	3	4	4	4	4	4
188	21-23	> Rp 2.500.000,00	Karyawan	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Teman	5	4	5	5	4	5	4
189	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Teman	3	2	4	4	3	3	3
190	21-23	Rp 1.500.000,00 - Rp 1.900.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Teman	2	1	2	2	2	2	3

No	COO8	B1	B2	B3	B4	B5	BR1	BR2	BR3	BR4	BR5	BL1	BL2	BL3	BL4	BL5	BL6	BL7	BL8
169	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	2	3	3
170	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3
171	4	33	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
172	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3
173	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2
174	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
175	4	5	5	4	5	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
176	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
177	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
178	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
179	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
180	3	5	4	4	4	2	5	5	4	4	4	3	3	5	5	3	5	4	3
181	4	4	3	2	3	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	2	4	4
182	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2
183	4	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
184	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
185	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	4	5	4	5	5
186	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
187	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3
188	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4
189	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
190	3	5	2	4	3	1	4	4	4	2	2	4	1	2	5	3	3	3	3

No	Usia	Pendapatan	Pekerjaan	Status	Merek Kosmetik yang Digunakan	Referensi dalam Membeli Kosmetik	COO1	COO2	COO3	COO4	COO5	COO6	COO7
191	21-23	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Keluarga	4	2	4	5	2	4	1
192	21-23	Rp 1.000.000,00 - Rp 1.400.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Ponds (Indonesia)	Keluarga	3	3	4	4	3	3	4
193	24-26	> Rp 2.500.000,00	Wiraswasta	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Teman	4	4	4	4	5	4	4
194	24-26	> Rp 2.500.000,00	Karyawan	Menikah	NYX (Amerika)	Bintang iklan / artis	5	2	2	4	2	2	3
195	27-29	Rp 2.000.000,00 - Rp 2.400.000,00	Wiraswasta	Tidak menikah	NYX (Amerika)	Bintang iklan / artis	5	3	4	5	4	4	4
196	24-26	> Rp 2.500.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Etude (Korea)	Teman	4	4	4	4	5	5	4
197	24-26	> Rp 2.500.000,00	Wiraswasta	Tidak menikah	Etude (Korea)	Keluarga	4	3	5	4	5	4	4
198	21-23	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Bintang iklan / artis	2	3	2	5	3	3	4
199	24-26	> Rp 2.500.000,00	Karyawan	Tidak menikah	Revlon (Amerika)	Tenaga penjual	2	1	3	4	3	3	3
200	21-23	> Rp 2.500.000,00	Pelajar/Mahasiswa	Tidak menikah	L'oreal (Prancis)	Bintang iklan / artis	4	2	2	4	2	2	2

No	COO8	B1	B2	B3	B4	B5	BR1	BR2	BR3	BR4	BR5	BL1	BL2	BL3	BL4	BL5	BL6	BL7	BL8
191	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
192	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	2	4	4	3	3	3	2
193	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
194	3	5	5	5	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
195	4	5	4	5	5	3	4	4	4	3	3	4	1	4	5	1	3	3	4
196	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
197	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
198	1	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	2	3	4	3	5	3	3
199	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
200	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	3	2