

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwaluyo, E. (2016). *Indonesia Jadi Pasar Terbesar Produk Skin Care Dunia*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/indonesia-jadi-pasar-terbesar-produk-skin-care-dunia/>
- Agus, A. A., Yudoko, G., Mulyono, N., & Imaniya, T. (2021). E-Commerce Performance, Digital Marketing Capability and Supply Chain Capability within E-Commerce Platform: Longitudinal Study Before and After COVID-19. *International Journal of Technology*, 12(2), 360–370. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v12i2.4122>
- Aleksandra, K., Ivona, V. R., & Antonija, P. (2021). Strategic and Digital Marketing in Cultural Institutions and the Impact of the Covid-19 Pandemic – A Comparative Analysis of Two Case Studies. *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 19(2), 257–280. <https://doi.org/10.7906/indecs.19.2.6>
- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- American Marketing Association. (2017). *American Marketing Association*. 2020. <https://www.ama.org>
- APJII. (2018). *Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. <https://www.apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018>
- Badan Pengawas Obat Dan Makanan. (2019). <https://www.pom.go.id/>
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/02/05/1811/ekonomi-indonesia-2020-turun-sebesar-2-07-persen--c-to-c-.html>
- Berman, C. (2017). *The effect of brand awareness on consumer buying behavior*.
- Chaffey, D. P. M. (2012). From web analytics to digital marketing optimization: Increasing the commercial value of digital analytics. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 14(1), 30–45. <https://doi.org/10.1057/dddmp.2012.20>
- Chaffey, F. E. Chadwick, R. Mayer, & K. Johnston. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. United States: Prentice-Hall.
- de Medeiros, J. F., Ribeiro, J. L. D., & Cortimiglia, M. N. (2016). Influence of perceived value on purchasing decisions of green products in Brazil. *Journal of Cleaner Production*, 110, 158–169. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.07.100>
- de Waal Malefyt, T. (2015). Relationship advertising: How advertising can enhance social bonds. *Journal of Business Research*, 68(12), 2494–2502. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.03>

- Dearlove, T., Begley, A., Scott, J. A., & Devenish-Coleman, G. (2021). Digital marketing of commercial complementary foods in australia: An analysis of brand messaging. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(15). <https://doi.org/10.3390/ijerph18157934>
- Dhiman, A., Rajagopal, K., & Mahajan, V. (2021). STUDY ON THE REFORMATIVE IMPACT OF DIGITAL MARKETING AND DEMOGRAPHIC FACTORS ON COSMETIC BUYING BEHAVIOUR OF MALE CONSUMER. *International Journal of Modern Agriculture*, 10(2), 2021.
- Esch, F. R., Moll, T., Schmitt, B., Elger, C. E., Neuhaus, C., & Weber, B. (2012). brands on the brain: do consumers use declarative information or experienced emotions to evaluate brands? *Consumer Psychology*, 1(22).
- Ezenwafor, E. C., Ayodele, A. A., & Nwaizugbo, C. I. (2021). Social media marketing and brand loyalty among online shoppers in Anambra State, Nigeria: Mediating effect of brand awareness. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 19(3), 16–27. <https://doi.org/10.4018/JECO.2021070102>
- Febriyantoro, M. T. (2020). Exploring YouTube Marketing Communication: Brand awareness, brand image and purchase intention in the millennial generation. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1787733>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2019). The Role of Digital Marketing in Improving Sales to SMEs in Dealing with ASEAN Economic Community. *1st International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES 2018)*, 101.
- Fedoryshyna, L., Halachenko, O., Ohiienko, A., Blyznyuk, A., Znachek, R., & Tsurkan, N. (2021). Digital marketing in strategic management in the field of the tourism. *Journal of Information Technology Management*, 13, 22–41. <https://doi.org/10.22059/JITM.2021.80735>
- Gerrickagoitia, J. K., Castander, I., Rebón, F., & Alzua-Sorzabal, A. (2015). New Trends of Intelligent E-marketing Based on Web Mining for E-shops. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 75–83. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1176>
- Global Business Guide Indonesia*. (2018). <http://www.gbgindonesia.com/>
- Handayani, L. S., Hidayat, R., Inspeksi, J., Cibat, K., Bekasi, K., & Barat, J. (2022). Pengaruh kualitas Produk, Harga, dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk MS Glow Beauty. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5.
- Hoyos-Estrada, S., & Sastoque-Gómez, J. D. (2020). Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las PYMES en Colombia en tiempo del Covid – 19. *Revista Científica Anfíbios*, 3(1), 39–46. <https://doi.org/10.37979/afb.2020v3n1.60>
- Huang, R., & Sarigöllü, E. (2012). How brand awareness relates to market outcome, brand equity, and the marketing mix. *Journal of Business Research*, 65(1), 92–99. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.02.003>
- Hung, Y., de Kok, T. M., & Verbeke, W. (2016). Consumer attitude and purchase intention towards processed meat products with natural compounds and a reduced level of nitrite.

- Meat Science*, 121, 119–126.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2016.06.002>
- Hussein, A. S. (2015). *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Modul Ajar. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Brawijaya.
- Irwansyah, M. R., Devi, S., Gede, L., & Dewi, K. (2019). *The Influence of Viral Marketing on Online Purchasing Decisions of Students*.
- Kakkos, N., Trivellas, P., & Sdrolias, L. (2015). Identifying Drivers of Purchase Intention for Private Label Brands. Preliminary Evidence from Greek Consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 522–528.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1232>
- Kasali, R. (2011). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keuschnigg, M. (2015). Product success in cultural markets: The mediating role of familiarity, peers, and experts. *Poetics*, 51, 17–36.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.poetic.2015.03.003>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14 edition).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management. In Global Edition* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lu, L.-C., Chang, W.-P., & Chang, H.-H. (2014). Consumer attitudes toward blogger's sponsored recommendations and purchase intention: The effect of sponsorship type, product type, and brand awareness. *Computers in Human Behavior*, 34, 258–266.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.007>
- Macdonald, k. E., & Sharp, M. B. (2000). Brand Awareness Effects on Consumer Decision Making for a Common, Repeat Purchase Product: A Replication. *Journal of Business Research*, 48, 5-15.
- Maria, E., Suharyadi, S., & Hudiono, R. K. (2021). Implementasi pemasaran digital berbasis website sebagai strategi kenormalan baru Dusun Srumbung Gunung pasca Covid-19. *Riau Journal of Empowerment*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.31258/raje.4.1.1-10>
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., Mukuan, D. D. S., Ilmu, J., & Bisnis, A. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1).
- Millennium, A. sastra, Suardana, i wayan, & Negara, i made kusuma. (2021). *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA STARTUP BIKE RENTAL BANANAZ BALI*. 9(1), 2338–8633.
- Morwitz, V. (2014). Consumers' purchase intentions and their behavior. *Foundations and Trends in Marketing*, 7(3), 181–230. <https://doi.org/10.1561/17000000036>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas*, 3(1). <http://jurnal.unpad.ac.id/profesi-humas>
- pelaku bisnis.com. (2020, February). *Indonesia Pasar Potensial Produk Kosmetik*. <https://pelakubisnis.com/2020/02/kosmetik-impor-menggerogoti-pasar-dalam-negeri/>

- Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2020). *Marketing 2020* (20th edition). south-western college
- Rangaswamy, A., Moch, N., Felten, C., van Bruggen, G., Wieringa, J. E., & Wirtz, J. (2020). The Role of Marketing in Digital Business Platforms. *Journal of Interactive Marketing*, 51, 72–90. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.006>
- Rangkuti, F. (2006). *Measuring customer satisfaction* (3rd ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasingam, J., Jegathesan, N., Ab Latib, H., Ioras, F., Mariapan, M., & Liat, L. C. (2021). Digital Marketing during the COVID-19 Pandemic: A Case Study of its Adoption by Furniture Manufacturers in Malaysia. *BioResources*, 16(2), 3304–3327. <http://e-resources.perpusnas.go.id:2048/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asx&AN=150461345&site=eds-live>
- Rodriguez, P. R. (2017). *Effectiveness of YouTube Advertising: A Study of Audience Effectiveness of YouTube Advertising: A Study of Audience Analysis Analysis*. <https://scholarworks.rit.edu/theses>
- Rohmatul Kamalia, A., & Ridwan Basalamah, M. (2022). Digital Marketing Shopee, Media Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Peningkatan Omset Penjualan (Studi kasus pada penjualan Bykris Beauty). *E-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN*. www.fe.unisma.ac.id
- Rubio, N., Oubiña, J., & Villaseñor, N. (2014). Brand awareness–Brand quality inference and consumer’s risk perception in store brands of food products. *Food Quality and Preference*, 32, 289–298. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2013.09.006>
- Ryan, Damian. (2014). *The best digital marketing campaigns in the world II : mastering the art of customer engagement*.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>
- sasivongpakdi, kanin, & Yaolan, W. (2014). Measuring and evaluating brand equity: a research on beverage brand aloe vera drycken on swedish market. *School of Sustainable Development of Society and Technology. Malarden University*.
- Sauders, Mark, Lewis, Philip, Thornhill, & Adrian. (2016). *Research Methods for Business Students* (7th ed.). Harlow.
- Saunders, Mark. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *research methods for business students* (8th ed.).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour* (10 edition). London: Pearson Prentice Hall.
- Smith, K. T. (2003). *THE MARKETING MIX OF IMC: A MOVE FROM THE 4 P’S TO THE 4C’S*. <http://www.tristate.edu/faculty/herbig/imcguidelines.htm>
- Stephen, A. T., & Toubia, O. (2010). Deriving Value from Social Commerce Networks. *Journal of Marketing Research*, 47(2), 215–228. <https://doi.org/10.1509/jmkr.47.2.215>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. CV. Alfabeta.

- Suki, N. M., Suki, N. M., & Azman, N. S. (2016). Impacts of Corporate Social Responsibility on the Links Between Green Marketing Awareness and Consumer Purchase Intentions. *Procedia Economics and Finance*, 37, 262–268. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30123-X](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30123-X)
- Susilo, D., Putranto, D., Julian, C., Navarro, S., & Dwi Putranto, T. (2021). *MS Glow For Men: Digital Marketing Strategy on Men's Facial Care Products* (Vol. 11).
- Sutariningsih, N. M. A., & Widagda K, I. G. N. J. A. (2021). PERAN BRAND AWARENESS MEMEDIASI PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(2), 145. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p03>
- Tanuwijaya, J., & Mulyandi, R. (2021). *PENGARUH VIRAL MARKETING DAN TURBO MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SOMETHINC*. 1(5).
- Tarigan, J., & Sanjaya, ridwan. (2013). *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Tariq, M., Abbas, T., & Abrar, M. (2017). EWOM and brand awareness impact on consumer purchase intention: Mediating role of brand image Asif Iqbal. In *Pakistan Administrative Review* (Vol. 1, Issue 1).
- Tsimonis, G., & Dimitriadis, S. (2014). Brand strategies in social media. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(3), 328–344. <https://doi.org/10.1108/MIP-04-2013-0056>
- We Are Social. (2019). *Global digital report 2019*. <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.
- Wiratna, S. v. (2015). *Metodologi penelitian bisnis ekonomi*. Pustaka Baru.
- World Health Organization. (2021). *WHO*. 2021. <https://covid19.who.int>
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). international-journal-of-management-science-and-business-administration ISSN 1849-5419 (print). *International Journal of Management Science And Business Administration*, 1(5), 69–80. <http://researchleap.com/category/>

LAMPIRAN

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Saya andi furqan ashari rahman mahasiswa Universitas Hasanuddin yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir mengenai “Pengaruh pemasaran digital terhadap keputusan pembelian melalui kesadaran merek lumier dimasa pandemi covid – 19. “

Adapun kriteria yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

1. Pernah melakukan pembelian melalui offline, maupun online produk lumier skincare dimasa pandemi Indonesia Maret 2020 – September 2021
2. Usia 17 sampai dengan 60 tahun

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan jawaban yang menurut anda paling benar dan berilah tanda centang (✓) pada kolom yang telah disediakan.

Keterangan :

Skala 1 : Sangat Setuju (SS)

Skala 4: Tidak Setuju (TS)

Skala 2 : Setuju (S)
(STS)

Skala 5: Sangat Tidak Setuju

Skala 3 : Netral (N)

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	Pemasaran Digital					
A.	Website					
1.	Tampilan <i>Webstore</i> yang memuat produk lumier skincare sehingga Anda tertarik untuk melakukan pencarian informasi produk secara lebih lanjut					
2.	Informasi pada <i>Webstore lumier skincare</i> sesuai dengan kebutuhan Anda.					

3.	Fitur pencarian pada <i>Webstore Lumier Skincare</i> sangat membantu Anda dalam mencari informasi yang dibutuhkan.					
B search engine optimization (SEO)						
4.	Hasil pencarian mesin pencari sesuai dengan informasi yang saya butuhkan					
5.	Mesin pencari memudahkan saya dalam mencari informasi produk lumier skincare					
6.	Website dalam hasil pencarian mesin pencari sesuai dengan informasi yang saya cari					
C. Periklanan berbasis klik pencarian berbayar (PPC advertising)						
7.	Iklan Lumier Skincare muncul pada halaman media sosial Anda, sehingga Anda tertarik untuk klik iklan tersebut.					
D. Pemasaran afiliasi dan kemitraan strategis (affiliate marketing and strategic partnership)						
8.	Anda mengetahui lumier skincare dari suatu perusahaan yang bekerja sama dengan lumier skincare					
9.	Anda mengetahui produk Lumier Skincare dari iklan endorse selebgram media sosial.					
10.	Informasi promosi iklan endorse selebgram membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian produk lumier skincare.					
E. korelasi masyarakat online (Online PR)						
11.	Anda tertarik membeli produk lumier skincare setelah melihat review positif di internet ataupun blog					
F. Jejaring sosial (social network)						
12.	Iklan maupun edukasi melalui jejaring sosial (sosial media, <i>website</i> , dll) menarik perhatian Anda untuk melakukan pembelian lumier skincare					
13.	Admin di media sosial memberikan informasi terbaru mengenai lumier skincare dan menyajikan konten pengetahuan skincare.					

G.	E-mail pemasaran (e-mail marketing)					
14.	Anda mendapatkan email yang berisi Informasi, edukasi, serta diskon dari lumier skincare					
H.	Manajemen korelasi konsumen (Customer Relationship Management)					
15.	Pelayanan yang diberikan lumier skincare memuaskan. (admin, administrasi, dll.)					

Variabel Kesadaran Merek (Brand Awareness)

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Kesadaran Merek						
A. Ketidatahuan Brand						
1.	Anda tidak mengenal Merek dari Lumier					
2.	Anda tidak sadar akan adanya produk atau merek dari Lumier					
B. Pengenalan Merek						
3.	Saya menyadari keberadaan Lumier karena mudah ditemui dimanapun					
4.	Saya menyadari keberadaan merek Lumier Skincare karena banyak iklan yang muncul di media Sosial.					
C. Brand Recall						
5.	Saya mengenali Lumier hanya dengan melihat Logo yang digunakan					
6.	Saya mengingat merek Lumier sebagai Produk Perawatan Kulit dengan varian produk yang beragam					
D. Top Of Mind						
7.	Saat menyebutkan merk skincare, Lumier adalah yang pertama muncul di benak saya					

Variabel Keputusan Pembelian

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Keputusan Pembelian						
A. Masalah Identifikasi						
1.	Saya menggunakan Produk lumier karena dapat mengatasi masalah kulit saya.					

2.	Saya menggunakan produk Lumier untuk melindungi kulit saya beraktivitas diluar maupun dalam ruangan.					
B.	Pencarian Informasi					
3.	Saya menggunakan Lumier setelah mencari tahu sendiri Informasi mengenai Lumier					
4.	Saya membeli produk Lumier karena promosi yang diberikan					
C.	Penilaian Alternatif					
5.	Saya memutuskan untuk membeli produk Lumier setelah membandingkan dengan merek lain					
6.	Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk Lumier.					
D.	Keputusan Pembelian					
7.	Saya yakin akan keputusan saya membeli produk Lumier karna kualitas produk bagus.					
E.	Perilaku setelah pembelian					
8.	Saya tidak pernah kecewa setelah membeli produk Lumier					
9.	Saya akan melakukan pembelian produk Lumier secara terus-menerus atau berulang-ulang					

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Umur Responden	Pekerjaan Saat Ini	Pendapatan Perbulan
Perempuan	21- 30	lain - lain	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	lain - lain	> 5.000.001
Laki - Laki	31 - 40	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Lain - Lain	< 1.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Laki - Laki	31 - 40	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	Lain - Lain	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai Negeri Sipil	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pekerjaan Saat Ini	< 1.000.000
Perempuan	< 20	lain - lain	< 1.000.000
Perempuan	< 20	lain - lain	
Laki - Laki	21- 30	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Wirausaha	
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Lain - Lain	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Wirausaha	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000

Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Negeri Sipil	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pekerjaan Saat Ini	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	41 - 50	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	21- 30	Wirausaha	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Lain - Lain	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	< 20	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	41 - 50	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Lain - Lain	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Negeri Sipil	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	< 20	Pekerjaan Saat Ini	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	< 20	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	< 20	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	< 20	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Lain - Lain	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Wirausaha	> 5.000.001

Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	< 20	Lain - Lain	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Negeri Sipil	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Pekerjaan Saat Ini	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	lain - lain	< 1.000.000
Perempuan	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	21- 30	Wirausaha	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	41 - 50	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	< 20	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	21- 30	Lain - Lain	< 1.000.000
Perempuan	41 - 50	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai BUMN	< 1.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	41 - 50	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	< 20	Lain - Lain	< 1.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Negeri Sipil	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pekerjaan Saat Ini	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	41 - 50	Wirausaha	3.000.001 - 5.000.000

Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	51 >	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Laki - Laki	31 - 40	Lain - Lain	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Wirausaha	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	41 - 50	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Laki - Laki	< 20	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	41 - 50	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	Lain - Lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Negeri Sipil	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	< 20	Pekerjaan Saat Ini	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	< 20	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	21- 30	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	Wirausaha	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Lain - Lain	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Wirausaha	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Lain - Lain	< 1.000.000
Laki - Laki	51 >	Pegawai Negeri Sipil	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pekerjaan Saat Ini	3.000.001 - 5.000.000

Perempuan	21- 30	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	31 - 40	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	< 20	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Lain - Lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Wirausaha	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	41 - 50	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Lain - Lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Negeri Sipil	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	31 - 40	Pekerjaan Saat Ini	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Wirausaha	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	< 20	Lain - Lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Wirausaha	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	41 - 50	Pegawai Swasta	> 5.000.001

Laki - Laki	31 - 40	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Lain - Lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Negeri Sipil	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Pekerjaan Saat Ini	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Wirausaha	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	< 20	Lain - Lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Wirausaha	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	< 20	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	41 - 50	Lain - Lain	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Negeri Sipil	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pekerjaan Saat Ini	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	21- 30	Wirausaha	> 5.000.001
Laki - Laki	31 - 40	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Lain - Lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000

Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	< 20	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	51 >	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Lain - Lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Negeri Sipil	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pekerjaan Saat Ini	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Lain - Lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Wirausaha	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	< 20	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Lain - Lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Negeri Sipil	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	31 - 40	Pekerjaan Saat Ini	< 1.000.000
Perempuan	< 20	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	< 20	lain - lain	
Perempuan	< 20	lain - lain	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	< 1.000.000

Laki - Laki	< 20	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	, Lain - Lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai BUMN	< 1.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	< 20	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Laki - Laki	21- 30	Lain - Lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Negeri Sipil	< 1.000.000
Perempuan	< 20	Pekerjaan Saat Ini	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	lain - lain	< 1.000.000
Perempuan	< 20	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	< 20	lain - lain	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Negeri Sipil,	< 1.000.000
Perempuan	< 20	Wirausaha	< 1.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai BUMN	< 1.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	51 >	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	< 20	Lain - Lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Negeri Sipil	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	Pekerjaan Saat Ini	< 1.000.000
Perempuan	21- 30	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000

Perempuan	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	lain - lain	
Perempuan	< 20	Wirausaha	< 1.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai BUMN	< 1.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Negeri Sipil,	< 1.000.000
Laki - Laki	< 20	Wirausaha	< 1.000.000
Laki - Laki	< 20	Pegawai BUMN	
Perempuan	< 20	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	41 - 50	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Lain - Lain	> 5.000.001
	31 - 40	Pegawai Negeri Sipil	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai Negeri Sipil	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
	21- 30	Wirausaha	> 5.000.001
Laki - Laki	< 20	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	< 20	Pegawai Negeri Sipil,	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	41 - 50	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	51 >	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	51 >	Pegawai Swasta	< 1.000.000

Perempuan	51 >	Lain - Lain	> 5.000.001
Perempuan	41 - 50	Pegawai Negeri Sipil	< 1.000.000
Perempuan	< 20	Pekerjaan Saat Ini	< 1.000.000
Perempuan	41 - 50	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	41 - 50	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	41 - 50	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	41 - 50	Wirasaha	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	41 - 50	Pegawai BUMN	< 1.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Negeri Sipil	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Wirasaha	< 1.000.000
Laki - Laki	51 >	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Lain - Lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Negeri Sipil	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pekerjaan Saat Ini	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	Wirasaha	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai Negeri Sipil	> 5.000.001
Perempuan	41 - 50	Wirasaha	> 5.000.001
Perempuan	41 - 50	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	< 20	Pegawai BUMN	> 5.000.001

Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Lain - Lain	Pendapatan Perbulan
Perempuan	21- 30	Pegawai Negeri Sipil	> 5.000.001
Perempuan	41 - 50	Pekerjaan Saat Ini	> 5.000.001
Perempuan	< 20	lain - lain	> 5.000.001
Laki - Laki	< 20	lain - lain	1.000.001 - 3.000.001
Perempuan	21- 30	lain - lain	> 5.000.001
Laki - Laki	31 - 40	Wirausaha	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	< 1.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.001
Laki - Laki	< 20	Lain - Lain	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Wirausaha	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Laki - Laki	41 - 50	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Laki - Laki	31 - 40	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.001
Perempuan	41 - 50	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Laki - Laki	41 - 50	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	41 - 50	Lain - Lain	< 1.000.000
Perempuan	51 >	Pegawai Negeri Sipil	< 1.000.000
Laki - Laki	< 20	Pekerjaan Saat Ini	
Perempuan	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.001
Laki - Laki	51 >	lain - lain	
Laki - Laki	21- 30	lain - lain	3.000.001 - 5.000.001
Perempuan	< 20	Wirausaha	< 1.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	< 1.000.000

Laki - Laki	21- 30	Lain - Lain	< 1.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Wirausaha	
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai BUMN	< 1.000.000
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Laki - Laki	41 - 50	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	21- 30	Lain - Lain	3.000.001 - 5.000.000
Laki - Laki	31 - 40	Pegawai Negeri Sipil	> 5.000.002
Perempuan	31 - 40	Pekerjaan Saat Ini	3.000.001 - 5.000.001
Laki - Laki	31 - 40	lain - lain	1.000.001 - 3.000.001
Laki - Laki	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	lain - lain	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	41 - 50	Pegawai BUMN	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	31 - 40	Lain - Lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	21- 30	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai BUMN	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	Lain - Lain	1.000.001 - 3.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai Negeri Sipil	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	< 20	Pekerjaan Saat Ini	3.000.001 - 5.000.000
Perempuan	41 - 50	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000
Perempuan	< 20	lain - lain	1.000.001 - 3.000.000

Perempuan	< 20	lain - lain	< 1.000.001
Perempuan	21- 30	Wirausaha	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Laki - Laki	21- 30	Lain - Lain	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Wirausaha	> 5.000.001
Perempuan	< 20	Pegawai BUMN	< 1.000.000
Perempuan	41 - 50	Pegawai BUMN	< 1.000.000
Laki - Laki	< 20	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Swasta	1.000.001 - 3.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	< 20	Pegawai Swasta	< 1.000.000
Perempuan	31 - 40	Lain - Lain	< 1.000.000
Perempuan	31 - 40	Pegawai Negeri Sipil	< 1.000.000
Perempuan	41 - 50	Pekerjaan Saat Ini	Pendapatan Perbulan
Perempuan	41 - 50	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	41 - 50	lain - lain	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.001
Laki - Laki	21- 30	Pegawai Swasta	> 5.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	> 5.000.001
Perempuan	31 - 40	ain - Lain	< 1.000.001
Perempuan	41 - 50	Wirausaha	1.000.001 - 3.000.001
Perempuan	21- 30	Pegawai BUMN	> 5.000.001

Indikator Data (Original)

Z1.5	Z1.6	Z1.7	x1.10	x1.11	x1.12	x1.13	x1.15	x1.9	y1.1	y1.5
1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	5,000	5,000	5,000	2,000	2,000	2,000
1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
3,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	1,000	2,000	2,000	2,000	2,000
1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
3,000	2,000	3,000	2,000	1,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	5,000	4,000	4,000	4,000	5,000
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
5,000	5,000	4,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	5,000	5,000	4,000	5,000	4,000	4,000
4,000	3,000	2,000	4,000	5,000	5,000	4,000	4,000	4,000	4,000	5,000
3,000	5,000	5,000	3,000	4,000	3,000	4,000	3,000	1,000	4,000	3,000
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
4,000	4,000	3,000	4,000	5,000	5,000	5,000	3,000	4,000	4,000	4,000
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	3,000	3,000	1,000	1,000	1,000
4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
4,000	4,000	3,000	4,000	4,000	4,000	4,000	3,000	4,000	3,000	3,000
4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	3,000	4,000	4,000	4,000	4,000
4,000	5,000	5,000	4,000	5,000	5,000	5,000	5,000	4,000	4,000	4,000
2,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	4,000	3,000	3,000
3,000	3,000	2,000	3,000	3,000	3,000	4,000	3,000	2,000	2,000	2,000
2,000	4,000	3,000	4,000	4,000	5,000	5,000	4,000	5,000	3,000	4,000
4,000	3,000	2,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	3,000	4,000
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	4,000	5,000	5,000
2,000	3,000	2,000	3,000	4,000	3,000	4,000	4,000	4,000	2,000	3,000
3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000	3,000
5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	4,000
4,000	4,000	4,000	5,000	5,000	5,000	4,000	4,000	5,000	5,000	4,000
5,000	4,000	4,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	4,000
4,000	3,000	4,000	3,000	4,000	3,000	4,000	5,000	5,000	5,000	5,000
4,000	5,000	5,000	4,000	4,000	3,000	4,000	5,000	2,000	5,000	5,000
5,000	5,000	5,000	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	3,000	5,000	5,000

4,000	5,000	4,000	3,000	5,000	3,000	5,000	5,000	5,000	4,000	5,000
4,000	5,000	4,000	3,000	5,000	4,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
3,000	5,000	3,000	4,000	4,000	3,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
4,000	4,000	4,000	4,000	4,000	5,000	4,000	5,000	4,000	5,000	5,000
5,000	5,000	5,000	5,000	3,000	4,000	4,000	3,000	3,000	5,000	5,000
4,000	5,000	5,000	5,000	4,000	4,000	5,000	5,000	4,000	4,000	4,000

Lampiran 3 Kerangka Pikir Penelitian

