

L.1.1 Data Utama

KATA PENGANTAR

Kuesioner ini disusun dalam rangka untuk memenuhi Tugas Akhir di Fakultas Psikologi Universitas Kristen Maranatha. Oleh karena itu, Peneliti mengharapkan kerja sama dan kesediaan Saudara untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini berkaitan dengan *CONSUMER MOTIVATION* pada Wanita Kerja Usia 25-40 tahun yang menggunakan Produk Busana Kerja Merek 'X' di Bandung. Setiap data dan informasi yang tercantum di dalam kuesioner ini bersifat rahasia dan pribadi.

Atas waktu dan kesediaan Saudara, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Dengan Hormat,
Peneliti

KUESIONER

“Berilah tanda silang (x) pada pilihan jawaban yang saudara anggap paling sesuai dengan diri saudara untuk tiap nomor pernyataan.”

S = Sesuai

CS = Cukup Sesuai

KS = Kurang Sesuai

TS = Tidak Sesuai

NO.	PERNYATAAN	S	CS	KS	TS
1.	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio yang sesuai dengan kebutuhan saya karena memiliki tekstur bahan yang nyaman di kulit.				
2	Saya tidak menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena saya membutuhkan busana kerja yang saya sukai.				
3	Saya membutuhkan produk busana kerja merek Invio karena saya menganggap produk ini memiliki kualitas yang tinggi dalam setiap pakaiannya.				
4	Saya tidak menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena saya membutuhkan busana kerja yang sering dibicarakan oleh orang lain.				
5	Saya mengabaikan kebutuhan saya akan produk busana kerja merek Invio meskipun saya tahu bahan yang digunakan memberi saya kenyamanan dalam bekerja.				
6	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena saya membutuhkan busana kerja serta menyukai produk yang dikeluarkan oleh Invio.				
7	Saya mengabaikan kebutuhan saya akan produk busana kerja merek Invio karena saya tidak berpikir produk ini memiliki kualitas jahitan yang rapi dan baik.				
8	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena kebutuhan saya akan busana kerja serta informasi positif dari lingkungan mengenai produk ini.				
9	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena bahan pakaiannya yang bisa digunakan dalam segala cuaca dapat menaikkan gengsi saya dalam lingkungan kerja.				
10	Saya tidak menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena saya				

	menginginkan busana kerja yang bergengsi saja.				
11	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena kualitas bahan yang dimiliki dapat memberikan gengsi tersendiri saat sedang dipakai.				
12	Saya tidak menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena saya menganggap wanita kerja yang menggunakan produk ini akan lebih bergengsi di depan teman-temannya.				
13	Saya tidak mau menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena teman saya mengatakan bahwa bahan pakaiannya sesuai dengan kondisi suhu kantor tempat saya bekerja.				
14	Saya baru menggunakan produk busana kerja merek Invio ketika ada teman yang mengatakan bahwa produk baju kerja yang saya gunakan sebelumnya kurang menarik.				
15	Saya tidak mau menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena lingkungan saya berpikir bahwa produk busana kerja yang saya gunakan sebelumnya memiliki tekstur bahan yang kurang baik.				
16	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena teman-teman saya menunjukkan bahwa produk busana kerja yang saya gunakan sebelumnya kalah terkenal dengan produk busana kerja merek Invio.				
17	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena bahannya berkualitas tinggi sehingga nyaman digunakan dalam kondisi cuaca apapun.				
18	Saya tidak mau menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena saya menyukai desainnya tanpa melihat segi kualitas dan keawetan bahan.				
19	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena saya pikir produk ini memiliki kualitas bahan yang tinggi serta harga yang rasional.				
20	Saya tidak menggunakan produk busana kerja merek Invio apabila saya mendengar orang-orang di lingkungan saya mengatakan kualitas produk ini menurun.				
21	Saya tidak menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena gengsi saya akan naok jika saya menggunakan busana kerja yang memberi				

	kenyamanan di badan saya dalam segala jenis cuaca.				
22	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena saya menginginkan busana kerja yang dapat menunjukkan gengsi si pemakai.				
23	Saya tidak menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena desain yang sepadan dengan harganya yang relatif tinggi akan menaikkan gengsi saya di depan teman kantor.				
24	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena saya mendengar wanita kerja yang menggunakan produk ini berasal dari kalangan yang eksklusif.				
25	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena ada teman yang memberitahu saya bahwa bahan pakaiannya lebih baik dari pakaian saya sebelumnya, yaitu sejuk untuk dipakai di segala kondisi cuaca.				
26	Saya tidak mau menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena lingkungan saya mengatakan bahwa busana kerja tersebut memiliki model pakaian yang menarik dan bagus.				
27	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena teman saya berpikir produk busana kerja yang saya gunakan sebelumnya memiliki kualitas bahan yang kurang baik.				
28	Saya tidak mau menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena teman saya mengatakan bahwa di masyarakat, produk busana ini lebih sering digunakan oleh eksekutif wanita dibanding produk busana kerja yang saya pakai sebelumnya.				
29	Saya menganggap produk busana kerja merek Invio memasang harga yang terlalu tinggi jika dilihat dari behannya yang tidak nyaman untuk digunakan.				
30	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena saya menyukai model busananya yang sesuai dengan harga yang ditawarkan.				
31	Saya berpikir produk busana kerja merek Invio memiliki harga yang tidak rasional jika dibandingkan dengan kualitas bahan dan jahitannya.				
32	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena saya mendengar				

	banyak orang mengatakan bahwa produk ini memiliki kualitas yang tinggi.				
33	Saya tidak menganggap menggunakan produk busana kerja merek Invio yang memiliki bahan yang sejuk dan nyaman di kulit akan menaikkan gengsi saya.				
34	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena saya menyukai penampilan produknya yang menunjukkan eksklusifitas si pemakai.				
35	Saya tidak menganggap menggunakan produk busana kerja merek Invio yang memiliki bahan baku impor akan memberikan kesan eksklusif di mata orang yang melihat saya menggunakannya.				
36	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena saya merasa bahwa lingkungan akan menganggap saya sebagai wanita kerja bergengsi ketika saya memakai produk ini.				
37	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena harga yang ditawarkan seimbang dengan kualitas bahan yang tidak membuat saya kepanasan saat memakainya.				
38	Saya menganggap produk busana kerja merek Invio memasang harga yang terlalu tinggi karena saya tidak menyukai desain pakaian yang ditawarkan.				
39	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena di dalam pikiran saya, produk ini unggul terhadap produk lain dari segi penggunaan bahan-bahan yang diimpor dari luar negeri.				
40	Saya tidak menggunakan busana kerja merek Invio apabila saya melihat produk ini sudah tidak menjadi tren lagi di kalangan wanita kerja yang lain.				
41	Saya enggan untuk menggunakan produk busana kerja merek Invio meskipun lingkungan saya berpendapat produk ini tidak menimbulkan perasaan gerah saat dipakai untuk bekerja.				
42	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena teman saya tidak menyukai produk busana kerja yang saya gunakan sebelumnya.				
43	Saya enggan untuk menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena teman saya menganggap produk busana kerja yang saya gunakan sebelumnya mudah rusak/sobek.				

44	Saya baru menggunakan produk busana kerja merek Invio ketika teman-teman saya memberi tahu bahwa produk busana kerja merek Invio lebih sering dibicarakan banyak orang dibandingkan produk busana kerja yang saya gunakan sebelumnya.				
45	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena bahan pakaiannya sesuai dengan kebutuhan saya yang selalu berada di dalam ruangan kantor yang tertutup.				
46	Saya tidak menyukai model-model yang ditawarkan oleh produk busana kerja merek Invio karena tidak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya.				
47	Saya membutuhkan produk busana kerja merek Invio karena di dalam pikiran saya, produk ini memiliki mutu yang paling baik dibandingkan dengan produk merek lain.				
48	Saya tidak mau menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena saya melihat banyak wanita kerja lain yang menggunakan produk busana ini.				
49	Saya tidak mau menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena bahannya yang sejuk dan tidak membuat saya cepat berkeringat saat bekerja.				
50	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena saya memerlukan busana kerja yang memiliki desain yang menarik bagi saya.				
51	Saya tidak mau menggunakan produk busana kerja merek Invio karena saya pikir produk ini mudah rusak saat dipakai.				
52	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio untuk mendukung pekerjaan saya sehari-hari serta karena saya mendengar banyak wanita kerja lain yang juga menggunakan produk busana ini.				
53	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio disebabkan karena gengsi yang saya peroleh jika saya menggunakan busana kerja dengan bahan yang tidak membuat saya kepanasan saat bekerja.				
54	Saya enggan menggunakan produk busana kerja merek Invio untuk memenuhi perasaan suka saya terhadap pemakaian busana kerja yang eksklusif.				
55	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena berpikir bahan				

	pakaian yang diimpor dari luar negeri akan memberikan kesan eksklusif bagi saya si pemakai.				
56	Saya tidak menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena masyarakat menganggap apabila menggunakan produk ii akan memberikan kesan eksklusif pada diri si pemakai				
57	Saya menganggap produk busana kerja merek Invio memiliki kualitas bahan yang kurang baik karena tidak bisa saya gunakan di segala kondisi cuaca.				
58	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena saya ingin memakai busana kerja yang saya sukai, yang memiliki kualitas serta keawetan bahan yang baik.				
59	Saya menganggap produk busana kerja merek lain memiliki mutu yang lebih baik dibandingkan produk busana kerja merek Invio.				
60	Saya menggunakan produk busana kerja merek Invio karena lingkungan saya menganggap produk busana kerja ini memiliki keawetan produk dan desain-desain yang selalu baru.				
61	Saya baru menggunakan produk busana kerja merek Invio ketika orang-orang di sekitar saya menyatakan bahwa busana kerja ini nyaman untuk dipakai saat bekerja dibandingkan produk busana kerja yang sebelumnya saya gunakan.				
62	Saya tidak mau menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena lingkungan saya ingin melihat saya memakai produk busana kerja yang mereka senangi.				
63	Saya baru menggunakan produk busana kerja merek Invio ketika lingkungan saya berpikir bahwa Invio memiliki keawetan yang lebih baik dibandingkan produk busana kerja yang saya gunakan sebelumnya.				
64	Saya enggan untuk menggunakan produk busana kerja merek Invio hanya karena teman saya menunjukkan bahwa produk ini lebih populer di masyarakat dibandingkan dengan produk busana kerja yang saya gunakan sebelumnya.				

L.1.2 Data Pribadi dan Data Penunjang

DATA PRIBADI

Inisial :
Usia :
Penghasilan : a. Rp. 1. 000. 000 – 2. 000. 000
(silang salah satu) b. Rp. 2. 100. 000 – 3. 000. 000
c. Rp. 3. 100. 000 – 4. 000. 000
d. > Rp. 4. 100. 000

“Silanglah salah satu pilihan jawaban untuk tiap pertanyaan yang tertera di bawah ini”

1. Apakah anda memiliki anggaran dana yang tetap dalam memenuhi kebutuhan anda akan busana Kerja?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Berapa besar jumlah anggaran yang anda sisihkan untuk membeli produk busana kerja setiap bulannya?
 - a. Rp. 500.000 – 750.000
 - b. Rp. 751.000 – 1.000.000
 - c. Rp. 1.000.000 – 1.250.000
 - d. > Rp. 1.250.000
 - e. Tidak tentu
3. Bagaimana cara anda pertama kali mengenal produk busana kerja merek Invio?
 - a. Dari iklan

- b. Melihat produk ini menjadi sponsor pembawa berita di televisi.
 - c. Dari teman-teman.
 - d. Tidak sengaja saat berjalan-jalan di mall.
4. Apakah anda pernah melihat iklan produk busana kerja merek Invio?
- a. Sering
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak Pernah
5. Apakah anda selalu menyempatkan diri untuk sengaja datang secara rutin mengunjungi gerai Invio pada waktu-waktu tertentu?
- a. Ya
 - b. Tidak
6. Biasanya berapa kali dalam sebulan anda membeli produk busana kerja merek Invio?
- a. < 2 kali sebulan
 - b. 3-4 kali sebulan
 - c. >4 kali sebulan
 - d. Tidak tentu
7. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam membeli produk busana kerja Invio?
- a. Pengalaman sebelumnya dalam memakai produk busana kerja merek Invio.
 - b. Pengalaman sebelumnya dalam memakai produk busana kerja merek lain.
 - c. Pengalaman teman dalam menggunakan produk busana kerja yang kemudian dijadikan referensi bagi diri sendiri.
8. Apakah yang anda rasakan setelah membeli produk busana kerja Merek Invio?
- a. Sesuai antara harga dan kualitas produk.
 - b. Kurang sesuai antara harga dan kualitas produk.
 - c. Tidak sesuai antara harga dan kualitas produk.

9. Apakah anda memperhitungkan kemampuan keuangan anda dalam membeli produk busana kerja merek Invio?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 - c. Kadang-kadang

10. Apa yang anda lakukan jika ada produk busana kerja merek Invio yang sangat anda inginkan namun keadaan keuangan anda tidak memungkinkan untuk membelinya pada saat itu?
 - a. Tetap membeli produk busana kerja tersebut.
 - b. Menunda untuk membeli dan kembali pada saat keadaan keuangan sudah mencukupi.
 - c. Tidak memaksakan diri, mencari produk lain yang memiliki kesamaan model dengan harga yang lebih terjangkau.

11. Apakah anda mempertimbangkan pendapat orang lain maupun lingkungan anda terhadap produk busana kerja merek Invio sebelum anda membeli produk tersebut?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 - c. Kadang-kadang

12. Apakah anda pernah membeli produk busana kerja merek Invio karena melihat teman anda atau seseorang di sekitar lingkungan anda memakai produk ini?
 - a. Sering
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak Pernah

13. Apakah anda mempertimbangkan kesesuaian model busana kerja merek Invio yang akan anda beli dengan norma sosial dalam berpakaian yang anda miliki?
 - a. Selalu
 - b. Tidak Pernah
 - c. Kadang-kadang

14. Untuk memenuhi kebutuhan anda akan produk busana kerja merek Invio, apakah anda memperhitungkan ketersediaan produk serta kemungkinan lain yang ada di lingkungan ketika membeli produk tersebut (tidak ada barang yang diinginkan)?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 - c. Kadang-kadang

15. Apa yang akan anda lakukan apabila dalam kenyataannya di lingkungan anda tidak dapat menemukan produk busana kerja merek Invio?
 - a. Akan tetap menunggu hingga produk busana kerja merek Invio tersedia kembali.
 - b. Akan mencari produk busana kerja merek yang lain.

UJI VALIDITAS ALAT UKUR

No. Item	Validitas	Keterangan
1	0.523	Diterima
2	0.348	Diterima
3	0.637	Diterima
4	0.502	Diterima
5	0.595	Diterima
6	0.485	Diterima
7	0.695	Diterima
8	0.606	Diterima
9	0.495	Diterima
10	-0.028	Ditolak
11	0.573	Diterima
12	0.450	Diterima
13	0.412	Diterima
14	0.449	Diterima
15	0.593	Diterima
16	0.690	Diterima
17	0.498	Diterima
18	-0.139	Ditolak
19	0.466	Diterima
20	-0.390	Ditolak
21	0.046	Ditolak
22	0.548	Diterima
23	0.159	Ditolak
24	0.709	Diterima
25	-0.178	Ditolak
26	0.464	Diterima
27	0.209	Ditolak
28	0.748	Diterima
29	0.629	Diterima
30	0.641	Diterima
31	0.438	Diterima
32	0.503	Diterima
33	0.334	Diterima
34	0.232	Ditolak
35	0.637	Diterima
36	0.393	Diterima
37	0.578	Diterima
38	0.370	Diterima
39	0.657	Diterima

40	-0.387	Ditolak
41	0.079	Ditolak
42	0.430	Diterima
43	0.569	Diterima
44	0.643	Diterima
45	0.396	Diterima
46	0.476	Diterima
47	0.627	Diterima
48	0.655	Diterima
49	0.301	Diterima
50	0.292	Ditolak
51	0.366	Diterima
52	0.565	Diterima
53	0.066	Ditolak
54	0.613	Diterima
55	0.237	Ditolak
56	0.525	Diterima
57	0.324	Diterima
58	0.040	Ditolak
59	0.632	Diterima
60	0.360	Diterima
61	-0.126	Ditolak
62	0.434	Diterima
63	0.067	Ditolak
64	0.105	Ditolak

Jumlah Item Keseluruhan : 64 item

Jumlah Item Ditolak : 17 item

Jumlah Item Diterima : 47 item

DATA VALIDITAS ALAT UKUR

ASPEK 1

No	Nama	Nomor Soal																Total
		1	45	25	61	17	37	9	53	5	49	13	41	29	57	21	33	
1	AC	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	2	3	48
2	NM	4	4	1	1	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	1	4	49
3	KL	3	3	2	4	3	4	2	2	3	2	2	3	3	3	1	1	41
4	AS	4	4	2	2	4	4	2	1	2	3	1	3	3	4	1	3	43
5	LS	2	4	1	2	3	1	4	4	1	1	1	4	1	4	1	1	35
6	ME	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	3	37
7	UR	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	1	1	41
8	PE	3	4	2	2	3	2	2	2	1	3	1	3	1	3	3	3	38
9	LK	4	3	3	2	3	4	3	4	3	1	1	2	4	2	1	1	41
10	ER	4	4	1	1	4	4	4	1	4	3	1	4	3	3	1	1	43
11	FRN	3	2	4	2	3	2	1	2	2	1	1	3	1	3	4	1	35
12	IK	4	4	3	3	4	2	3	3	4	1	2	3	3	3	3	2	47
13	JA	4	3	2	2	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	46
14	JE	3	4	2	1	4	4	4	4	3	3	2	2	3	4	3	2	48
15	LW	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	39
16	WW	4	3	4	2	3	3	3	3	1	2	1	2	4	2	2	2	41
17	JH	3	4	1	1	3	3	2	4	3	1	1	3	3	4	1	4	41
18	MK	4	3	4	3	4	3	4	3	1	2	1	2	1	3	1	1	40
19	GN	4	2	1	2	4	3	2	1	4	4	3	3	3	4	3	1	44
20	RN	4	3	1	1	4	2	2	1	3	3	3	2	3	3	1	1	37
21	EP	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	42

ASPEK 2

No	Nama	Nomor Soal																Total
		6	50	14	42	30	58	22	34	2	46	26	62	18	38	10	54	
1	AC	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	2	1	3	1	2	48
2	NM	4	4	1	1	4	4	3	4	3	4	3	1	1	4	1	3	45
3	KL	4	3	2	1	4	4	2	2	3	3	1	1	1	3	1	2	37
4	AS	3	4	3	2	4	4	2	2	3	4	3	4	1	4	3	3	49
5	LS	4	4	4	2	2	4	3	4	1	4	1	4	1	1	1	3	43
6	ME	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	1	3	2	1	3	3	42
7	UR	2	4	3	1	3	4	2	3	2	4	1	2	1	3	2	2	39
8	PE	4	4	2	2	2	4	2	2	1	3	1	1	1	1	3	1	34
9	LK	3	4	2	3	3	2	2	3	2	4	1	2	1	2	1	2	37
10	ER	2	4	1	1	3	4	3	4	3	4	1	1	1	3	1	2	38
11	FRN	1	4	1	1	1	2	2	4	1	2	1	3	2	1	4	1	31
12	IK	4	4	2	2	4	4	3	4	3	4	1	1	1	3	2	3	45
13	JA	4	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	3	47
14	JE	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	1	2	2	3	43
15	LW	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	1	2	2	3	1	36

16	WW	4	3	4	3	3	3	2	3	3	1	2	2	2	1	2	4	42
17	JH	4	4	1	1	4	4	2	2	1	4	1	4	1	4	1	4	42
18	MK	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	1	2	1	1	1	2	45
19	GN	2	2	1	1	3	4	1	2	3	3	1	1	1	3	1	1	30
20	RN	2	3	2	1	2	4	3	4	3	3	3	1	1	2	1	1	36
21	EP	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	4	1	3	4	2	44

ASPEK 3

No	Nama	Nomor Soal																
		3	47	27	63	19	39	11	55	7	51	15	43	31	59	23	35	Total
1	AC	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	52
2	NM	4	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	1	4	50
3	KL	4	3	2	3	3	2	2	2	3	4	2	3	4	2	1	2	42
4	AS	4	4	2	1	4	4	2	2	3	4	2	4	4	4	1	3	48
5	LS	4	4	2	1	1	4	4	1	4	4	4	2	2	3	4	3	47
6	ME	4	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	1	1	3	1	1	35
7	UR	4	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3	4	3	2	2	3	46
8	PE	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	27
9	LK	4	2	2	4	3	4	3	3	2	3	2	2	3	2	1	2	42
10	ER	4	4	1	1	3	1	2	2	3	3	1	4	3	3	2	2	39
11	FRN	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	1	1	0	1	1	2	27
12	IK	4	4	2	4	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	1	2	46
13	JA	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	45
14	JE	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	53
15	LW	3	3	1	1	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	38
16	WW	1	3	2	3	3	4	3	3	1	2	1	2	2	2	2	2	36
17	JH	4	3	1	1	4	4	2	1	4	4	4	4	4	3	1	3	47
18	MK	4	3	2	3	4	3	4	3	2	3	2	3	1	3	1	2	43
19	GN	4	3	1	1	4	2	1	1	3	4	4	3	3	3	2	2	41
20	RN	4	2	1	3	2	2	1	2	3	4	4	2	3	1	3	3	40
21	EP	4	3	1	1	4	3	2	2	2	4	3	3	3	3	4	1	43

ASPEK 4

No	Nama	Nomor Soal																
		8	52	16	44	32	60	24	36	4	48	28	64	20	40	12	56	Total
1	AC	4	2	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	1	3	2	3	47
2	NM	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	4	2	2	3	2	47
3	KL	3	2	1	2	4	4	1	3	1	1	1	3	3	3	1	1	34
4	AS	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	4	2	2	3	3	36
5	LS	1	4	1	1	4	2	2	4	4	4	4	2	1	4	4	4	46
6	ME	4	3	2	3	3	3	4	2	1	3	3	3	3	1	1	3	42
7	UR	3	2	2	2	4	3	3	3	1	2	2	3	2	3	2	1	38
8	PE	2	2	2	2	2	2	4	2	4	3	1	1	3	3	1	3	37
9	LK	3	3	1	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	38
10	ER	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	3	3	4	1	1	26

11	FRN	1	4	1	2	2	1	3	2	1	3	1	3	3	3	4	3	37
12	IK	3	3	2	2	3	3	2	2	1	1	2	3	2	3	3	2	37
13	JA	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	41
14	JE	3	4	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	50
15	LW	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	42
16	WW	4	3	3	1	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	38
17	JH	2	4	1	1	2	3	1	2	1	1	1	4	4	3	3	1	34
18	MK	4	3	3	3	4	3	4	2	1	2	2	2	2	2	3	2	42
19	GN	1	2	1	1	2	4	2	2	1	1	1	3	4	4	1	1	31
20	RN	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	3	3	1	1	26
21	EP	4	4	2	2	3	4	3	3	1	3	2	3	4	2	3	1	44

UJI RELIABILITAS ALAT UKUR

Berdasarkan hasil pengolahan data Try Out, maka didapatkan nilai reliabilitas dari alat ukur ini. Data diperoleh berdasarkan kuesioner yang berisi 64 item dan diberikan kepada 21 orang sampel penelitian. Adapun nilai Reliabilitas tersebut ialah :

Nilai Reliabilitas	Kriteria
Alpha Cronbach : 0.8614	Reliabilitas Tinggi

DATA RELIABILITAS ALAT UKUR

No	Nama																																
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
1	AC	4	4	4	3	3	3	4	4	4	1	3	2	2	3	4	3	3	1	4	1	2	3	2	4	3	4	2	3	3	4	3	4
2	NM	4	3	4	2	3	4	3	3	4	1	4	3	2	1	4	3	4	1	3	2	1	3	1	4	1	3	2	2	4	4	2	3
3	KL	3	3	4	1	3	4	3	3	2	1	2	1	2	2	2	1	3	1	3	3	1	2	1	1	2	1	2	1	3	4	4	4
4	AS	4	3	4	2	2	3	3	2	2	3	2	3	1	3	2	2	4	1	4	2	1	2	1	2	2	3	2	3	3	4	4	2
5	LS	2	1	4	4	1	4	4	1	4	1	4	4	1	4	4	1	3	1	1	1	1	3	4	2	1	1	2	4	1	2	2	4
6	ME	3	2	4	1	2	3	2	4	2	3	2	1	1	3	2	2	3	2	3	3	2	2	1	4	3	1	2	3	1	3	1	3
7	UR	3	2	4	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	4	1	3	2	1	2	2	3	2	1	2	2	3	3	3	4
8	PE	3	1	3	4	1	4	1	2	2	3	2	1	1	2	1	2	3	1	2	3	3	2	1	4	2	1	2	1	1	2	1	2
9	LK	4	2	4	3	3	3	2	3	3	1	3	2	1	2	2	1	3	1	3	2	1	2	1	2	3	1	2	2	4	3	3	3
10	ER	4	3	4	1	4	2	3	1	4	1	2	1	1	1	1	1	4	1	3	3	1	3	2	1	1	1	1	1	3	3	3	1
11	FRN	3	1	2	1	2	1	2	1	1	4	1	4	1	1	1	1	3	2	3	3	4	2	1	3	4	1	2	1	1	1	1	2
12	IK	4	3	4	1	4	4	3	3	3	2	4	3	2	2	2	2	4	1	3	2	3	3	1	2	3	1	2	2	3	4	3	3
13	JA	4	4	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	3	2	3	2	4	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2
14	JE	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	2	2	3	3	4	1	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	2
15	LW	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	1	3	2	2	3	3
16	WW	4	3	1	1	1	4	1	4	3	2	3	2	1	4	1	3	3	2	3	2	2	2	2	3	4	2	2	2	4	3	2	3
17	JH	3	1	4	1	3	4	4	2	2	1	2	3	1	1	4	1	3	1	4	4	1	2	1	1	1	1	1	1	3	4	4	2
18	MK	4	2	4	1	1	4	2	4	4	1	4	3	1	4	2	3	4	1	4	2	1	4	1	4	4	1	2	2	1	4	1	4
19	GN	4	3	4	1	4	2	3	1	2	1	1	1	3	1	4	1	4	1	4	4	3	1	2	2	1	1	1	1	3	3	3	2
20	RN	4	3	4	1	3	2	3	1	2	1	1	1	3	2	4	1	4	1	2	3	1	3	3	2	1	3	1	1	3	2	3	2
21	EP	3	2	4	1	3	3	2	4	2	4	2	3	2	3	3	2	3	1	4	4	3	2	4	3	3	3	1	2	2	3	3	3

Nomor Soal

33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62
3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	3	4	4	3	2	3	1	3	3	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	4	2	4	4	3	4	1	1
1	2	2	3	4	3	2	3	3	1	3	2	3	3	3	1	2	3	4	2	2	2	2	1	3	4	2	4	4	1
3	2	3	2	4	4	4	2	3	2	4	1	4	4	4	2	3	4	4	2	1	3	2	3	4	4	4	2	2	4
1	4	3	4	1	1	4	4	4	2	2	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	1	4	4	4	3	2	2	4
3	4	1	2	3	1	2	1	2	3	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	2	2	4	1	3	4	2	3	2	2
3	2	1	2	2	1	2	3	3	2	1	2	4	3	2	3	3	4	3	2	2	1	2	3	3	4	1	2	2	1
1	3	2	3	4	2	4	3	2	3	2	2	3	4	2	2	1	4	3	3	4	2	3	2	2	2	2	3	2	2
1	4	2	4	4	3	1	4	4	1	4	1	4	4	4	1	3	4	3	1	1	2	2	1	3	4	3	1	1	1
1	4	2	2	2	1	2	3	3	1	1	2	2	2	2	3	1	4	3	4	2	1	2	3	3	2	1	1	2	3
2	4	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	1	1	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	1
3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3
2	3	2	4	4	2	4	3	2	2	3	2	4	3	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	1	3
3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	1	2	2	3	2	3	3	2	1
2	3	2	3	3	1	4	2	2	3	2	1	3	1	3	2	2	3	2	3	3	4	3	2	2	3	2	3	2	2
4	2	3	2	3	4	4	3	3	1	4	1	4	4	3	1	1	4	4	4	4	4	1	1	4	4	3	3	1	4
1	4	2	2	3	1	3	2	2	4	3	3	3	4	3	2	2	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2
1	2	2	2	3	3	2	4	3	1	3	1	2	3	3	1	4	2	4	2	1	1	1	1	4	4	3	4	2	1
1	4	3	2	2	2	2	3	2	1	2	1	3	3	2	1	3	3	4	2	1	1	2	1	3	4	1	2	1	1
2	3	1	3	4	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	2	1	3	3	3	4	2	4

		Total
63	64	
3	3	195
4	4	191
3	3	154
1	4	176
1	2	171
2	3	156
2	3	164
2	1	136
4	2	158
1	3	146
2	3	131
4	3	175
2	3	179
2	4	194
1	3	155
3	2	157
1	4	164
3	2	170
1	3	146
3	2	139
1	3	173

L.4.1 Kuesioner

KATA PENGANTAR

Kuesioner ini disusun dalam rangka untuk memenuhi Tugas Akhir di Fakultas Psikologi Universitas Kristen Maranatha. Oleh karena itu, Peneliti mengharapkan kerja sama dan kesediaan Saudara untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini berkaitan dengan *CONSUMER MOTIVATION* pada Wanita Kerja Usia 25-40 tahun yang menggunakan Produk Busana Kerja Merek 'X' di Bandung. Setiap data dan informasi yang tercantum di dalam kuesioner ini bersifat rahasia dan pribadi.

Atas waktu dan kesediaan Saudara, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Dengan Hormat,
Peneliti

KUESIONER

“Berilah tanda silang (x) pada pilihan jawaban yang saudara anggap paling sesuai dengan diri saudara untuk tiap nomor pernyataan.”

S = Sesuai

CS = Cukup Sesuai

KS = Kurang Sesuai

TS = Tidak Sesuai

NO.	PERNYATAAN	S	CS	KS	TS
1.	Saya menggunakan produk ini sebab memiliki tekstur bahan nyaman di kulit.				
2	Saya menganggap produk ini memasang harga yang terlalu tinggi jika dilihat dari behannya yang tidak nyaman di kulit.				
3	Saya menggunakan produk ini yang memiliki model busana yang cocok dengan keinginan saya serta harga yang terjangkau.				
4	Saya berpikir produk ini memasang harga yang tidak rasional jika melihat kualitas bahan dan jahitannya yang mudah rusak.				
5	Banyak orang mengatakan bahwa produk ini memiliki kualitas yang tinggi sehingga saya menggunakannya juga.				
6	Bahan yang sejuk dan tidak membuat saya cepat berkeringat saat bekerja bukan alasan utama saya menggunakan produk ini.				
7	Saya merasa gengsi saya bertambah ketika menggunakan produk ini yang bisa dikenakan dalam segala cuaca.				
8	Saya pikir produk ini mudah rusak saat dipakai sehingga membuat saya enggan untuk menggunakannya.				
9	Ketika teman-teman saya berkata bahwa produk ini lebih sering dibicarakan orang dibandingkan merek busana kerja saya sebelumnya, saya baru tertarik untuk menggunakan produk ini.				
10	Teman saya mengatakan kain produk ini cocok dengan kondisi suhu kantor saya, namun hal tersebut bukan alasan utama saya menggunakan produk ini.				
11	Saya membutuhkan produk ini yang sering mengeluarkan model-model baru.				

		S	CS	KS	TS
12	Saya tidak menggunakan produk ini untuk mengikuti pendapat teman yang berpikir merek busana kerja yang saya gunakan sebelumnya memiliki tekstur bahan yang kurang baik.				
13	Saya merasa bahwa teman kerja saya akan menganggap saya sebagai wanita kerja bergengsi jika saya menggunakan produk ini.				
14	Saya menggunakan produk ini sebab material kain yang digunakan sesuai kebutuhan saya yang selalu berada dalam ruangan kantor yang tertutup.				
15	Saya tidak menganggap menggunakan produk busana kerja merek Invio yang memiliki bahan yang sejuk dan nyaman di kulit akan menaikkan gengsi saya.				
16	Teman saya banyak yang tidak menyukai merek busana kerja yang saya gunakan sebelumnya, maka saya beralih menggunakan produk ini.				
17	Saya tidak menganggap produk ini yang memiliki kain impor akan memberi kesan eksklusif bagi orang lain ketika melihat saya menggunakannya.				
18	Selain mendengar banyak wanita kerja lain yang menggunakan produk busana ini, saya juga menggunakan produk ini untuk mendukung pekerjaan saya.				
19	Saya menganggap produk busana kerja merek Invio memiliki kualitas bahan yang kurang baik serta tidak bisa digunakan di segala kondisi cuaca.				
20	Saya menginginkan busana kerja yang dapat menunjukkan gengsi si pemakai yang saya rasakan ketika sedang menggunakan produk ini.				
21	Walaupun teman saya menganggap merek busana kerja yang saya gunakan sebelumnya mudah rusak/sobek, saya enggan untuk menggunakan produk ini.				
22	Kebutuhan saya akan produk ini didukung oleh informasi positif dari teman kerja mengenai produk ini.				
23	Harga produk ini sesuai dengan kualitas bahannya yang tidak membuat saya kepanasan saat memakainya sehingga saya mau menggunakannya.				
24	Saya tidak mau menggunakan produk ini hanya untuk menuruti keinginan teman yang ingin melihat saya memakai produk busana kerja yang ia sukai.				

		S	CS	KS	TS
25	Saya membutuhkan produk ini yang saya pikir memiliki mutu yang paling baik dibandingkan dengan produk merek lain.				
26	Saya tidak mau menggunakan produk ini untuk mengikuti pendapat teman yang mengatakan bahwa produk busana ini lebih sering digunakan oleh eksekutif wanita yang bergengsi.				
27	Pilihan kain yang berkualitas tinggi dan nyaman digunakan dalam kondisi cuaca apapun membuat saya menggunakan produk ini.				
28	Saya tidak menyukai model-model yang ditawarkan oleh produk ini.				
29	Saya membutuhkan produk ini yang saya anggap memiliki kualitas jahitan yang tinggi dalam setiap pakaiannya.				
30	Saya menganggap produk busana kerja merek lain memiliki mutu yang lebih baik dibandingkan produk ini.				
31	Teman saya menunjukkan bahwa merek busana kerja saya sebelumnya kalah terkenal dengan produk ini sehingga saya beralih menggunakan produk ini.				
32	Saya membutuhkan busana kerja yang saya sukai untuk dipakai namun bukan produk ini.				
33	Saya menganggap produk ini lebih unggul dari merek lain dilihat dari penggunaan bahan-bahan impor sehingga saya mau menggunakannya .				
34	Saya tidak mau menggunakan produk ini hanya dengan alasan saya melihat banyak wanita kerja lain yang menggunakan produk busana ini.				
35	Saya pikir produk ini memasang harga yang terlalu tinggi jika dilihat dari desain pakaian yang ditawarkan yang tidak saya sukai.				
36	Saya pikir produk ini memiliki kualitas kain yang tinggi serta harga yang rasional sehingga saya mau menggunakannya.				
37	Saya tidak menggunakan produk ini untuk mengikuti anggapan masyarakat bahwa dengan menggunakan produk ini akan memberikan kesan eksklusif .				
38	Kualitas kain impor yang dimiliki produk ini dapat menaikkan gengsi saya, sehingga saya mau menggunakannya.				

		S	CS	KS	TS
39	Teman kerja saya menganggap produk ini memiliki keawetan produk yang baik dan desain-desain yang selalu baru sehingga membuat saya tertarik untuk menggunakannya.				
40	Saya tidak mau menggunakan produk ini untuk mengikuti pendapat teman yang mengatakan bahwa produk ini memiliki model yang up to date.				
41	Saya tidak menggunakan produk ini untuk menunjukkan diri lebih bergengsi di depan teman-teman kerja saya.				
42	Saya enggan menggunakan produk ini hanya untuk memenuhi perasaan suka saya dalam memakai busana kerja yang eksklusif.				
43	Saya tahu kain produk ini memberi saya kenyamanan dalam bekerja, namun saya mengabaikan informasi tersebut.				
44	Teman saya mengatakan merek busana kerja yang saya gunakan sebelumnya kurang menarik sehingga saya beralih menggunakan produk ini.				
45	Saya tidak berpikir produk ini memiliki kualitas jahitan yang rapi sehingga saya mengabaikan kebutuhan saya untuk membeli produk ini.				
46	Produk busana ini sering dibicarakan orang lain, namun hal tersebut bukan alasan utama saya menggunakannya.				
47	Saya mendengar kebanyakan yang menggunakan produk ini ialah wanita kerja yang eksklusif sehingga membuat saya ingin menggunakannya juga.				

DATA PRIBADI

Inisial :
Penghasilan : a. Rp. 1. 000. 000 – 2. 000. 000
(*silang salah satu*) b. Rp. 2. 100. 000 – 3. 000. 000
c. Rp. 3. 100. 000 – 4. 000. 000
d. > Rp. 4. 100. 000

“Silanglah salah satu pilihan jawaban untuk tiap pertanyaan yang tertera di bawah ini”

1. Apakah anda memiliki anggaran dana yang tetap dalam memenuhi kebutuhan anda akan busana Kerja?
 - a. Ya
 - b. Tidak

2. Berapa besar jumlah anggaran yang anda sisihkan untuk membeli produk busana kerja setiap bulannya?
 - a. Rp. 500.000 – 750.000
 - b. Rp. 751.000 – 1.000.000
 - c. Rp. 1.000.000 – 1.250.000
 - d. > Rp. 1.250.000
 - e. Tidak tentu

3. Bagaimana cara anda pertama kali mengenal produk busana kerja merek Invio?
 - a. Dari iklan
 - b. Melihat produk ini menjadi sponsor pembawa berita di televisi.
 - c. Dari teman-teman.
 - d. Tidak sengaja saat berjalan-jalan di mall.

4. Apakah anda pernah melihat iklan produk busana kerja merek Invio?
 - a. Sering
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak Pernah

5. Apakah anda selalu menyempatkan diri untuk sengaja datang secara rutin mengunjungi gerai Invio pada waktu-waktu tertentu?
 - a. Ya
 - b. Tidak

6. Biasanya berapa kali dalam sebulan anda membeli produk busana kerja merek Invio?
 - a. < 2 kali sebulan
 - b. 3-4 kali sebulan
 - c. >4 kali sebulan
 - d. Tidak tentu

7. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam membeli produk busana kerja Invio?
 - a. Pengalaman sebelumnya dalam memakai produk busana kerja merek Invio.
 - b. Pengalaman sebelumnya dalam memakai produk busana kerja merek lain.
 - c. Pengalaman teman dalam menggunakan produk busana kerja yang kemudian dijadikan referensi bagi diri sendiri.

8. Apakah yang anda rasakan setelah membeli produk busana kerja Merek Invio?
 - a. Sesuai antara harga dan kualitas produk.
 - b. Kurang sesuai antara harga dan kualitas produk.
 - c. Tidak sesuai antara harga dan kualitas produk.

9. Apakah anda memperhitungkan kemampuan keuangan anda dalam membeli produk busana kerja merek Invio?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 - c. Kadang-kadang

10. Apa yang anda lakukan jika ada produk busana kerja merek Invio yang sangat anda inginkan namun keadaan keuangan anda tidak memungkinkan untuk membelinya pada saat itu?
 - a. Tetap membeli produk busana kerja tersebut.
 - b. Menunda untuk membeli dan kembali pada saat keadaan keuangan sudah mencukupi.
 - c. Tidak memaksakan diri, mencari produk lain yang memiliki kesamaan model dengan harga yang lebih terjangkau.

11. Apakah anda mempertimbangkan pendapat orang lain maupun lingkungan anda terhadap produk busana kerja merek Invio sebelum anda membeli produk tersebut?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 - c. Kadang-kadang

12. Apakah anda pernah membeli produk busana kerja merek Invio karena melihat teman anda atau seseorang di sekitar lingkungan anda memakai produk ini?
 - a. Sering
 - b. Kadang-kadang
 - c. Tidak Pernah

13. Apakah anda mempertimbangkan kesesuaian model busana kerja merek Invio yang akan anda beli dengan norma sosial dalam berpakaian yang anda miliki?
 - a. Selalu
 - b. Tidak Pernah
 - c. Kadang-kadang

14. Untuk memenuhi kebutuhan anda akan produk busana kerja merek Invio, apakah anda memperhitungkan ketersediaan produk serta kemungkinan lain yang ada di lingkungan ketika membeli produk tersebut (tidak ada barang yang diinginkan)?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 - c. Kadang-kadang

15. Apa yang akan anda lakukan apabila dalam kenyataannya di lingkungan anda tidak dapat menemukan produk busana kerja merek Invio?
 - a. Akan tetap menunggu hingga produk busana kerja merek Invio tersedia kembali.
 - b. Akan mencari produk busana kerja merek yang lain.

L.4.2 HASIL PENELITIAN

NO.	R	INDIKATOR 1														TOTAL	INDIKATOR 2										TOTAL	27	36	2
		1	32	29	46	43	11	45	22	14	28	25	34	6	8		18	10	44	12	31	40	26	16	21	9				
1	HN	3	2	4	1	3	3	2	4	3	3	3	2	4	4	44	2	3	3	2	3	2	2	3	2	4	26	3	4	2
2	AMS	3	1	3	4	4	3	4	1	2	2	2	2	3	2	38	4	1	1	1	1	4	2	2	3	1	20	2	1	2
3	YN	4	1	4	1	2	2	3	3	3	4	3	1	2	3	39	1	2	1	2	2	1	2	3	2	1	17	4	4	3
4	MY	4	2	4	1	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	48	3	1	4	1	2	1	1	3	1	1	18	4	4	3
5	UT	3	1	3	1	3	3	3	3	2	4	4	2	2	4	41	2	1	2	1	1	2	1	3	1	1	15	3	3	4
6	AKO	4	1	4	1	1	3	2	3	2	3	4	1	2	3	36	1	2	1	2	3	1	2	3	2	1	18	4	3	3
7	HS	4	2	4	1	1	4	4	4	3	4	3	2	2	2	43	1	1	1	1	2	1	2	3	3	2	17	3	3	2
8	NN	3	3	3	1	3	3	4	4	4	4	3	1	3	4	47	2	3	3	2	3	4	3	4	1	1	26	4	4	4
9	IN	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	51	2	2	2	1	2	1	2	4	3	1	20	4	3	4
10	HK	4	3	4	1	2	4	1	4	4	1	4	2	1	3	42	1	2	1	3	1	3	4	1	3	1	20	4	4	3
11	RT	4	2	4	1	3	3	3	4	3	3	4	1	2	4	44	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	21	3	4	3
12	SM	4	3	4	1	3	4	2	3	4	3	4	2	1	3	45	2	2	1	2	1	1	2	2	4	2	19	4	3	1
13	LN	4	3	4	1	4	4	4	3	4	1	4	1	1	3	45	2	2	3	2	3	3	4	1	4	1	25	4	4	3
14	SN	4	2	3	1	2	2	3	3	4	3	2	1	1	3	38	2	2	2	2	1	2	1	3	3	1	19	3	4	3
15	W	3	3	3	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	37	3	1	1	1	2	3	2	3	2	2	20	3	2	2
16	AL	4	3	1	1	1	4	1	4	3	1	3	2	2	2	35	1	4	1	3	2	2	3	2	1	2	21	3	3	4
17	FAH	3	1	4	1	3	4	4	2	4	4	3	1	1	4	43	1	1	4	1	1	1	1	4	1	4	19	3	4	3
18	A	4	2	4	1	1	4	2	4	3	4	3	2	2	3	42	1	4	2	3	1	2	4	3	3	2	25	4	4	1
19	T	4	3	4	1	4	2	3	1	2	3	3	1	4	4	41	3	1	4	1	1	1	1	3	1	1	17	4	4	3
20	OD	4	3	4	1	3	2	3	1	3	3	2	1	3	4	39	3	2	4	1	3	1	1	2	1	1	19	4	2	3
21	Vm	3	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	3	1	3	30	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	13	3	3	1
22	VR	4	3	4	1	4	4	3	3	4	4	4	1	1	3	46	2	2	2	2	1	2	2	3	2	1	19	4	3	3
23	EPD	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3	3	1	2	4	42	2	2	2	1	1	1	1	3	2	1	16	3	3	3
24	Y	4	3	4	2	2	3	3	2	4	4	4	2	3	4	46	1	3	2	2	3	3	2	4	1	4	25	4	4	3
25	S	2	1	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	1	4	46	1	4	4	1	1	4	2	2	1	4	24	3	1	1
26	M	3	2	4	1	2	3	2	4	3	3	3	1	3	3	40	1	3	2	2	1	3	3	1	3	3	22	3	3	1
27	WSW	3	2	4	1	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	41	3	3	3	2	1	2	1	4	2	2	23	4	3	3
28	N	3	1	3	4	1	4	1	2	4	3	2	3	3	2	39	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	14	3	2	1
29	ZIE	4	2	4	3	3	3	2	3	3	4	2	2	1	3	42	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	18	3	3	4
30	ANIM	4	3	4	1	4	2	3	1	4	4	4	1	3	3	42	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	13	4	3	3
31	F	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	51	2	3	4	3	4	3	3	3	4	2	31	3	4	3
32	FM	4	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	49	2	1	4	3	3	2	1	3	3	1	23	4	3	4
33	MS	4	4	4	2	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	46	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	26	4	3	3
34	AS	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	49	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	26	4	4	3
35	FN	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	39	2	2	3	3	3	3	2	3	3	1	25	2	2	2
36	JK	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	1	2	4	48	2	2	4	1	2	3	2	4	2	1	23	3	2	2
37	WK	4	3	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	49	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	24	4	2	3
38	SD	3	2	4	2	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	47	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	22	3	4	3
39	SL	4	3	4	1	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	43	3	2	2	2	3	2	2	3	2	1	22	3	3	3
40	SP	4	2	4	1	1	4	2	4	4	4	2	1	1	4	42	1	2	3	2	3	3	2	3	3	1	23	4	4	3

INDIKATOR 3									TOTAL	INDIKATOR 4									TOTAL	Consumer Motivation	
3	4	5	23	35	33	19	30	39		7	38	41	20	47	15	17	13	42			37
3	3	3	4	3	3	3	3	4	38	2	2	3	2	3	2	1	3	2	1	21	negative-rational
2	3	2	2	1	2	3	2	2	24	2	1	4	2	2	1	2	2	1	1	18	negative-emotional
4	1	2	3	2	2	3	3	2	33	3	3	2	1	2	1	2	2	1	1	18	negative-emotional
3	3	2	4	2	2	3	2	3	35	4	2	1	3	2	1	1	2	3	1	20	positive-emotional
3	4	4	3	4	3	4	3	3	41	2	2	2	3	2	3	3	1	2	1	21	positive-rational
4	3	3	4	3	3	3	3	3	39	2	2	3	2	2	1	1	2	3	1	19	negative-rational
4	2	4	4	2	4	2	2	3	35	4	4	1	4	4	3	3	2	2	1	28	positive-emotional
4	4	4	4	4	3	4	4	4	47	2	1	4	4	2	1	1	1	1	1	18	positive-rational
3	4	3	3	3	3	4	3	4	41	2	2	1	2	2	1	3	1	2	1	17	positive-rational
4	1	4	4	2	4	3	3	4	40	4	4	1	3	4	3	1	4	2	1	27	negative-rational
3	3	3	3	3	3	4	2	4	38	4	2	2	2	3	2	3	2	3	1	24	positive-emotional
4	1	4	4	1	4	3	2	4	35	4	2	1	4	3	3	3	1	2	1	24	positive-emotional
4	3	4	4	2	4	3	3	4	42	2	2	1	2	3	1	2	2	2	1	18	positive-rational
3	3	3	4	1	3	3	3	4	37	2	2	1	2	2	2	2	3	1	1	18	negative-rational
3	2	3	3	2	2	3	3	3	31	2	1	4	4	2	2	2	2	3	1	23	negative-emotional
3	2	3	3	1	4	2	2	3	33	3	3	2	2	3	2	2	3	4	2	26	negative-emotional
4	4	2	3	4	4	4	3	3	41	2	2	3	2	1	4	3	2	4	1	24	positive-rational
4	1	4	3	1	3	3	3	3	34	4	4	3	4	4	1	2	2	2	1	27	negative-emotional
3	3	2	3	3	2	4	3	4	38	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	14	positive-rational
2	3	2	2	2	2	3	1	2	28	2	1	1	3	2	1	3	2	1	1	17	negative-emotional
1	1	2	2	1	2	3	1	1	21	1	1	4	2	3	1	2	2	1	3	20	positive-emotional
4	3	3	2	3	3	3	3	3	37	3	4	3	3	2	2	2	2	3	2	26	positive-emotional
4	4	4	4	3	2	3	2	4	39	2	2	1	2	1	1	2	3	2	1	17	positive-rational
4	4	2	4	4	4	4	4	2	43	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	25	positive-rational
2	2	4	1	1	4	4	3	2	28	4	4	4	3	2	1	3	4	3	4	32	positive-emotional
3	1	3	3	1	2	2	3	3	28	2	2	1	2	4	3	1	2	3	3	23	negative-emotional
3	3	4	3	3	3	3	2	3	37	2	2	2	2	3	1	3	3	2	1	21	negative-rational
2	1	2	2	1	2	3	1	2	22	2	2	1	2	4	3	1	2	1	3	21	positive-emotional
3	3	3	4	2	4	2	2	3	36	3	3	2	2	2	1	2	3	2	2	22	positive-rational
3	3	1	4	3	1	3	3	1	32	4	2	1	3	1	1	2	4	2	1	21	positive-emotional
4	3	4	3	3	4	3	3	3	40	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	30	positive-rational
4	2	3	4	4	3	4	3	4	42	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	34	positive-emotional
3	3	2	3	3	3	3	3	2	35	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	29	positive-emotional
3	3	2	4	2	4	4	4	4	41	4	4	3	3	4	2	2	4	3	3	32	positive-rational
2	3	3	2	2	3	3	3	3	30	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	21	negative-emotional
3	3	2	3	3	3	4	3	4	35	3	3	3	1	4	3	2	2	4	1	26	positive-emotional
2	3	4	2	3	3	3	3	3	35	4	3	2	3	3	2	3	3	3	1	27	positive-emotional
4	4	3	4	3	3	3	2	3	39	2	3	1	3	3	2	3	3	3	1	24	positive-rational
3	3	2	3	3	3	3	3	3	35	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	20	negative-emotional
4	3	3	4	2	2	3	2	4	38	3	3	2	2	3	1	1	2	3	1	21	negative-rational

TABEL TABULASI SILANG DATA UTAMA-DATA PENUNJANG

I. Personal Experience

<i>Consumer Motivation</i>	Usia					
	25-30 Tahun	%	31-35 Tahun	%	36-40 Tahun	%
<i>Positive-Rational Motivation</i>	11	27.5%	0	0%	0	0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	14	35%	0	0%	0	0%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	5	12.5%	1	2.5%	0	0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	9	22.5%	0	0%	0	0%
Total	39	97.5%	1	2.5%	0	0%

Tabel L.5.1

Baik itu 27.5% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation*, 35% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation*, 12.5% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation*, maupun 22.5% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* memiliki rentang usia antara 25-30 tahun.

<i>Consumer Motivation</i>	Besar Penghasilan Per-Bulan								Total	%
	Rp. 1.000.000,00-2.000.000,00	%	Rp. 2.100.000,00-3.000.000,00	%	Rp. 3.100.000,00-4.000.000,00	%	> Rp. 4.100.000,00	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	6	15.0%	4	10.0%	0	0.0%	2	5.0%	12	30.00%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	7	12.5%	3	7.5%	1	2.5%	2	5.0%	13	32.50%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	1	2.5%	3	7.5%	1	2.5%	1	2.5%	6	15.00%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	3	7.5%	4	10.0%	0	0.0%	2	5.0%	9	22.50%
Total	17	42.5%	14	35.0%	2	5.0%	7	17.5%	40	100.00%

Tabel L.5.2

Berdasarkan data pada tabel di atas, 15% wanita kerja yang memiliki *Positive-Rational Motivation* serta 12.5% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation* memiliki penghasilan antara Rp. 1.000.000-2.000.000,00. Sedangkan 7.5% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation* serta 10% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* memiliki penghasilan antara Rp. 2.100.000-3.000.000,00.

<i>Consumer Motivation</i>	Dana tetap membeli busana kerja Per-Bulan				Total	%
	Ya	%	Tidak	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	3	7.5%	9	22.5%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	7	17.5%	6	15.0%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	2	5.0%	4	10.0%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	6	15.0%	3	7.5%	9	22.5%
Total	18	45.0%	22	55.0%	40	100.0 %

Tabel L.5.3

Pada tabel di atas, terlihat bahwa sebanyak 22.5% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation* serta 10% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation* tidak memiliki anggaran dana tetap untuk busana kerja setiap bulannya. Sedangkan 17.5% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation* serta 15% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* sebaliknya.

<i>Consumer Motivation</i>	Dana per-bulan untuk busana kerja								Total	%
	Rp. 500.000-750.000	%	Rp. 1.000.000-1.250.000	%	> Rp.1.250.000	%	Tidak Tentu	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	4	10.0%	0	0.0%	1	2.5%	7	17.5%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	1	2.5%	0	0.0%	0	0.0%	12	30.0%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	1	2.5%	0	0.0%	0	0.0%	5	12.5%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	3	7.5%	1	2.5%	0	0.0%	5	12.5%	9	22.5%
Total	9	22.5%	1	2.5%	1	2.5%	29	72.5%	40	100.0 %

Tabel L.5.4

Baik itu 17.5% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation*, 30% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation*, 12.5% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation*, maupun 12.5% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku memiliki jumlah dana yang tidak tentu untuk membeli busana kerja setiap bulannya.

<i>Consumer Motivation</i>	Cara mengenal produk								Total	%
	Dari iklan	%	Dari teman	%	Lihat jadi sponsor TV	%	Tidak sengaja	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	0	0.0%	2	5.0%	1	2.5%	9	22.5%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	0	0.0%	2	5.0%	2	5.0%	9	22.5%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	1	2.5%	1	2.5%	1	2.5%	3	7.5%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	1	2.5%	0	0.0%	2	5.0%	6	15.0%	9	22.5%
Total	2	5.0%	5	12.5%	6	15.0%	27	67.5%	40	100.0 %

Tabel L.5.5

Berdasarkan cara mengenal produk, 22.5% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation*, 22.5% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation*, 7.5% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation*, maupun 15% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku sama-sama pertama kali mengenal produk busana kerja merek 'X' secara tidak sengaja saat berjalan-jalan di Mall.

<i>Consumer Motivation</i>	Pernah melihat iklan produk						Total	%
	Sering	%	Kadang	%	Tidak Pernah	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	1	2.5%	9	22.5%	2	5.0%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	2	5.0%	4	10.0%	7	17.5%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	2	5.0%	4	10.0%	0	0.0%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	1	2.5%	4	10.0%	4	10.0%	9	22.5%
Total	6	15.0%	21	52.5%	13	22.5%	40	100.0 %

Tabel L.5.6

Berdasarkan data pada tabel di atas, sebanyak 22.5% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation* serta 10% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation* mengaku terkadang pernah melihat iklan produk busana kerja merek 'X'. Sedangkan sebanyak 17.5% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation* serta 10% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku tidak pernah melihat iklan produk ini.

<i>Consumer Motivation</i>	Pertimbangan dalam membeli produk						Total	%
	Pertimbangan dengan merek ini	%	Pertimbangan dengan merek lain	%	Pengalaman teman dengan merek ini	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	5	12.5%	3	7.5%	4	10.0%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	4	10.0%	5	12.5%	4	10.0%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	3	7.5%	0	0.0%	3	7.5%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	1	2.5%	5	12.5%	3	7.5%	9	22.5%
Total	13	32.5%	13	32.5%	14	35.0%	40	100.0 %

Tabel L.5.7

Pertimbangan dalam membeli produk dapat mempengaruhi *Consumer Motivation* wanita kerja. Sebanyak 12.5% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation* serta 7.5% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation* akan mempertimbangkan pengalaman mereka sebelumnya dengan merek busana kerja merek 'X' sebelum kembali menggunakan produk yang sama. Sedangkan sebanyak 12.5% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation* serta 12.5% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* akan mempertimbangkan pengalaman sebelumnya dengan produk busana kerja merek lain sebelum menggunakan produk ini.

<i>Consumer Motivation</i>	Perasaan setelah membeli						Total	%
	Sesuai harga-kualitas	%	Kurang sesuai harga-kualitas	%	Tidak sesuai harga-kualitas	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	11	27.5%	1	2.5%	0	0.0%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	7	17.5%	3	7.5%	3	7.5%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	6	15.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	6	15.0%	2	5.0%	1	2.5%	9	22.5%
Total	30	75.0%	6	15.0%	4	10.0%	40	100.0 %

Tabel L.5.8

Dalam hal perasaan setelah membeli produk busana kerja merek 'X', 27.5% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation*, 17.5% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation*, 15% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation*, maupun 15% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku bahwa produk ini memiliki harga yang sesuai dengan kualitas.

II. Physical Capacity

<i>Consumer Motivation</i>	Rutin berkunjung ke gerai				Total	%
	Ya	%	Tidak	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	3	7.5%	9	22.5%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	1	2.5%	12	30.0%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	2	5.0%	4	10.0%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	3	7.5%	6	15.0%	9	22.5%
Total	9	22.5%	31	77.5%	40	100.0 %

Tabel L.5.9

Dalam hal berkunjung ke gerai produk busana kerja merek 'X', 22.5% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation*, 30% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation*, 10% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation*, maupun 15% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku tidak secara rutin berkunjung.

<i>Consumer Motivation</i>	Frekuensi pembelian produk dalam sebulan						Total	%
	>2 kali sbulan	%	3-4 kali sbulan	%	Tidak tentu	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	0	0.0%	0	0.0%	12	30.0%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	1	2.5%	0	0.0%	12	30.0%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	0	0.0%	1	2.5%	5	12.5%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	1	2.5%	0	0.0%	8	20.0%	9	22.5%
Total	2	5.0%	1	2.5%	37	92.5%	40	100.0 %

Tabel L.5.10

Dalam hal kemampuan wanita kerja membeli produk busana kerja merek 'X' selama satu bulan, 30% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation*, 30% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation*, 12.5% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation*, maupun 20% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku memiliki frekuensi pembelian yang tidak tentu dalam setiap bulan.

<i>Consumer Motivation</i>	Perhitungkan keuangan sebelum membeli				Total	%
	Ya	%	Kadang	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	12	30.0%	0	0.0%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	12	30.0%	1	2.5%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	4	10.0%	2	5.0%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	7	17.5%	2	5.0%	9	22.5%
Total	35	87.5%	5	12.5%	40	100.0 %

Tabel L.5.11

Sebanyak 30% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation*, 30% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation*, 10% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation*, maupun 17.5% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku memperhitungkan kondisi keuangannya terlebih dahulu sebelum membeli produk busana kerja merek 'X'.

<i>Consumer Motivation</i>	Ingin produk, namun keuangan belum mungkin				Total	%
	Menunggu hingga mampu	%	Cari produk lain yang sama, harga lebih murah	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	7	17.5%	5	12.5%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	6	15.0%	7	17.5%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	5	12.5%	1	2.5%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	5	12.5%	4	10.0%	9	22.5%
Total	23	57.5%	17	42.5%	40	100.0 %

Tabel L.5.12

Pertimbangan terhadap kondisi keuangan pada saat ingin membeli produk yang disukai akan berpengaruh pada *Consumer Motivation*. Sebanyak 17.5% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation*, 12.5% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation*, serta 12.5% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku akan menunggu hingga kondisi keuangannya memungkinkan apabila ada produk yang diinginkan namun keuangan tidak memungkinkan untuk membeli pada saat itu. Sedangkan sebanyak 17.5% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation* akan mencari produk lain dengan model yang sama dan harga yang lebih murah.

III. Prevailing Cultural Norms

<i>Consumer Motivation</i>	Mempertimbangkan pendapat orang lain dalam membeli						Total	%
	Ya	%	Kadang	%	Tidak Pernah	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	3	7.5%	5	12.5%	4	10.0%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	4	10.0%	7	17.5%	2	5.0%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	3	7.5%	2	5.0%	1	2.5%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	4	10.0%	3	7.5%	2	5.0%	9	22.5%
Total	14	35.0%	17	42.5%	9	22.5%	40	100.0 %

Tabel L.5.13

Bagaimana wanita kerja mempertimbangkan pendapat orang lain sebelum membeli produk busana kerja merek 'X' akan mempengaruhi *Consumer Motivation* yang dimiliki. Sebanyak 12.5% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation* dan sebanyak 17.5% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation* mengaku terkadang mempertimbangkan pendapat orang lain sebelum membeli produk ini. Sedangkan sebanyak 7.5% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation* dan 10% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku akan mempertimbangkan pendapat orang lain.

<i>Consumer Motivation</i>	Membeli karena melihat orang lain pakai						Total	%
	Sering	%	Kadang	%	Tidak Pernah	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	1	2.5%	3	7.5%	8	20.0%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	2	5.0%	6	15.0%	5	17.5%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	1	2.5%	2	5.0%	3	7.5%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	1	2.5%	3	7.5%	5	12.5%	9	22.5%
Total	5	12.5%	14	15.0%	21	52.5%	40	100.0 %

Tabel L.5.14

Dari tabel di atas, diketahui bahwa 20% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation*, 17.5% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation*, 7.5% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation*, maupun 12.5% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku tidak pernah membeli produk busana kerja merek 'X' hanya karena pernah melihat orang lain menggunakannya sebelumnya.

<i>Consumer Motivation</i>	Mempertimbangkan model-norma sosial						Total	%
	Selalu	%	Kadang	%	Tidak Pernah	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	8	20.0%	4	10.0%	0	0.0%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	13	32.5%	0	0.0%	0	0.0%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	4	10.0%	1	2.5%	1	2.5%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	8	20.0%	1	2.5%	0	0.0%	9	22.5%
Total	33	82.5%	6	15.0%	1	2.5%	40	100.0 %

Tabel L.5.15

Sebanyak 20% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation*, 32.5% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation*, 10% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation*, maupun 20% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku selalu mempertimbangkan kesesuaian model produk yang akan digunakan dengan norma sosial berpakaian yang dimiliki.

IV. Goal Accessibility

<i>Consumer Motivation</i>	Memperhitungkan ketersediaan produk						Total	%
	Ya	%	Kadang	%	Tidak Pernah	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	5	17.5%	6	15.0%	1	2.5%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	9	22.5%	4	10.0%	0	0.0%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	4	10.0%	1	2.5%	1	2.5%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	6	15.0%	3	7.5%	0	0.0%	9	22.5%
Total	24	60.0%	14	35.0%	2	5.0%	40	100.0 %

Tabel L.5.16

Sebanyak 17.5% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation*, 22.5% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation*, 10% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation*, maupun 15% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku memperhitungkan ketersediaan produk sebelum menggunakan produk busana kerja merek 'X'.

<i>Consumer Motivation</i>	Tidak dapat menemukan produk di lingkungan				Total	%
	Menunggu hingga ada	%	Cari produk lain	%		
<i>Positive-Rational Motivation</i>	0	0.0%	12	30.0%	12	30.0%
<i>Positive-Emotional Motivation</i>	1	2.5%	12	30.0%	13	32.5%
<i>Negative-Rational Motivation</i>	1	2.5%	5	12.5%	6	15.0%
<i>Negative-Emotional Motivation</i>	0	0.0%	9	22.5%	9	22.5%
Total	2	5.0%	38	95.0%	40	100.0 %

Tabel L.5.17

Sebanyak 30% wanita kerja dengan *Positive-Rational Motivation*, 30% wanita kerja dengan *Positive-Emotional Motivation*, 12.5% wanita kerja dengan *Negative-Rational Motivation*, maupun 22.5% wanita kerja dengan *Negative-Emotional Motivation* mengaku akan mencari produk lain apabila tidak bisa menemukan produk yang diinginkan di lingkungan.

L.6 PROFIL PERUSAHAAN PRODUK BUSANA KERJA MEREK 'X'

Produk busana kerja merek 'X' pertama kali muncul pada tahun 1996 sebagai suatu label produk busana kerja yang siap pakai yang memiliki sistem produksi serta berpusat di Bandung. Sejak pertama kali muncul, produk busana kerja merek 'X' telah berkembang menjadi sebuah label busana eksklusif yang memimpin secara nasional. Produk busana kerja merek 'X' ini juga memiliki lingkup penjualan yang beroperasi di dalam semua pusat mode yang utama, seperti pada "Metro" dan "Sogo". Desain yang dimiliki oleh produk busana kerja merek 'X' terinspirasi oleh cita rasa, keinginan, serta gaya hidup yang dimiliki oleh wanita pada jaman sekarang ini. Produk busana kerja merek 'X' memperlakukan mode sebagai fenomena yang tidak akan pernah berhenti. Mereka selalu berusaha untuk terus mengerti kebutuhan dan keinginan yang dimiliki oleh konsumen di dalam pasar yang ada sekarang ini. Goal yang dimiliki oleh Produk busana kerja merek 'X' ialah untuk membangun sebuah merek yang akan memenuhi gaya hidup yang diinginkan oleh wanita modern jaman sekarang, tanpa mengkompromisasikan kualitas dan inovator dalam setiap desain yang mereka miliki. Sebagai hasilnya, produk busana kerja merek 'X' telah menjadi sebuah label dalam negeri di mana label ini dijadikan sebuah acuan bagi kompetitor produk yang sejenis. Produk busana kerja merek 'X' juga dianggap sebagai penentu tren di dalam industri busana kerja siap pakai.

L.6.1 Target Pasar Produk Busana Kerja Merek 'X'

Target pasar yang dimiliki oleh produk busana kerja merek 'X' ialah wanita, dengan usia antara 18 hingga 35 tahun, yang memiliki orientasi pada bidang karir dalam pekerjaan namun juga mempedulikan masalah mode. Wanita yang tinggal dalam kota metropolitan dengan pendapatan utama yang sesuai. Produk busana kerja merek 'X' dapat digunakan para wanita kerja dalam aktivitas mereka sehari-hari bukan hanya karena kebutuhan yang dimiliki oleh para wanita itu saja namun karena produk busana kerja tersebut dapat mewakili gambaran kepribadian mereka. Gambaran kepribadian di sini ialah wanita yang modern, percaya diri, ambisius, pintar, serta menarik.

L.6.2 Koleksi Produk Busana Kerja Merek 'X'

Koleksi yang dimiliki oleh produk busana kerja merek 'X' ialah kontemporer, namun memiliki sisi klasik dan elegan. Produk busana kerja merek 'X' mudah untuk dikombinasikan serta disesuaikan dengan produk lainnya. Produk ini juga memiliki kenyamanan serta memiliki sentuhan yang feminim pada setiap produknya. Wanita yang menggunakan produk busana kerja merek 'X' diasumsikan sebagai seseorang yang 'tenang' dibandingkan dengan pribadi yang 'meluap-luap'. Pemilihan warna yang dimiliki oleh produk busana kerja merek 'x' berdasarkan warna-warna yang lembut, warna-warna bumi, serta warna-warna dasar. Sekitar 95% dari bahan yang digunakan oleh produk busana kerja merek 'X' merupakan bahan impor eksklusif yang berasal dari Jepang.

Secara garis besar, selain produk busana kerja merek 'X', juga dijual pakaian yang bersifat santai serta pakaian yang dapat digunakan untuk acara-acara formal di malam hari. Hal ini sesuai untuk mendukung gaya hidup wanita masa kini, sehingga menjadi penting bagi koleksi produk ini untuk dapat sesuai dipakai di segala situasi dari pagi hingga malam, pada waktu kerja maupun pada akhir minggu. Setiap koleksi yang dimiliki meliputi seleksi yang unik terhadap setiap bahan dengan memberikan perhatian yang luar biasa pada siluet, bahan, serta konstruksi model masing-masing pakaian.

Produk busana kerja merek 'X' mengerjakan semua desain serta proses pembuatan masing-masing produk dalam perusahaannya sendiri, dimulai dari contoh desain hingga pada koleksi final. Metode ini memungkinkan pihak perusahaan untuk mengontrol proses pembuatan setiap produk, sehingga kualitas produk dapat terjaga secara konsisten selama melewati keseluruhan proses produksi.