ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN TERHADAP PEMILIHAN JENIS PEMBALUT WANITA MENGGUNAKAN METODE PROSES HIRARKI ANALITIK (PHA)

(Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta)

Tugas Akhir

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada

Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia





Disusun Oleh:

Nama : **Nur Endah Eny Sulistyawati**

No. Mahasiswa : **01 522 144**

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

JOGJAKARTA

2006

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN TERHADAP PEMILIHAN JENIS PEMBALUT WANITA MENGGUNAKAN METODE PROSES HIRARKI ANALITIK (PHA)"

(Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta)

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

Nama : NUR ENDAH ENY SULISTYAWATI

No. Mahasiswa : 01 522 144

Jogjakarta, Mei 2006

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

(Ir. H. Hari Purnomo, MT)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

"ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN TERHADAP PEMILIHAN JENIS PEMBALUT WANITA MENGGUNAKAN METODE PROSES HIRARKI ANALITIK (PHA)"

(Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta)

Oleh:

Nama : NUR ENDAH ENY SULISTYAWATI

No. Mahasiswa : 01 522 144

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Jurusan Teknik Industri

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia

Jogjakarta, 7 Juni 2006

Tim Penguji : Tanda Tangan

H. Taufiq Immawan, ST, MM
Ketua

Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc
Anggota I

Ir. Ali Parkhan, MT
Anggota II

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia

(Fathul Wahid, ST, MSc.)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan bahagia.....
Ku persembahkan curahan pikian dan rasa terima kasih untuk.....

Mama dan Papa tercinta atas doa dan kasih sayang yang tak bertepi dan atas pengorbanannya yang tak ternilai
semoga bisa menjadi kebanggan

Kakakku tersayanng Gunawan Wahyudi atas doa dan perhatiannya

Semua orang yang menyayangi dan mendukungku.....

MOTTO

"...Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, maka (jawablah) bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang mendoa apabila ia berdoa kepada-Ku..."

(QS. Al Baqarah: 186)

"....Tunjukkan kami jalan yang benar,

jalan mereka yang Engkau beri nikmat,

bukan jalan mereka yang Kau murkai

dan bukan pula jalan mereka yang sesat..."

(2S. Al Faatihah : 6-7)

"...Sungguh bersama kesukaran pasti ada kemudahan. Dan bersama kesukaran pasti ada kemudahan. Karena itu, bila selesai suatu tugas,

mulailah tugas yang lain dengan sungguh-sungguh. Hanya kepada Tuhanmu hendaknya kau berharap..."

(QS. Asy Syarh : 5-8)

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMILIHAN JENIS PEMBALUT WANITA (Studi Kasus pada Mahasiswi Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta)" dengan baik. Adapun Tugas Akhir ini dilaksanakan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan jenjang strata satu (S1) di Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.

Penulis banyak menemui kesulitan dan hambatan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak akhirnya halangan maupun rintangan itu dapat penulis atasi dengan baik. Untuk itu tidak berlebihan kiranya jika pada kesempatan ini dengan hormat penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
2. Ketua Jurusan Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Ir. H. Hari Purnomo, MT. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak memberikan masukan dan bimbingan selama Tugas Akhir ini.
4. Kedua orang tua serta kakak yang senantiasa berdoa serta memberikan dorongan baik moral maupun material

5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna walaupun demikian penulis berharap semoga apa yang sudah penulis ketengahkan ini bisa bermanfaat bagi semua pihak dan semoga seluruh bantuan yang telah disumbangkan kepada penulis dapat diterima Allah SWT sebagai amal sholeh.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Jogjakarta, Mei 2006

Penulis


UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA


UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI ..... **iii**

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **iv**

HALAMAN MOTTO ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

DAFTAR TABEL ..... **xiii**

ABSTRAKSI ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 3

1.3 Batasan Masalah 4

1.4 Tujuan Penelitian 4

1.5 Manfaat Penelitian 5

1.6 Sistematika Penulisan 5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran 7

2.2 Konsep Berwawasan Pemasaran 9

2.3 Produk 11

2.3.1 Definisi Produk 11
2.3.2 Mutu Produk 12
2.4 Konsumen 13
2.4.1 Definisi Konsumen 13
2.4.2 Kebutuhan Konsumen 15
2.4.3 Kepuasan Pelanggan 15
2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 18
2.5.1 Faktor Budaya 19
2.5.2 Faktor Sosial 20
2.5.3 Faktor Pribadi 20
2.5.4 Faktor Psikologis 20
2.6 Tipe-tipe Perilaku Pembeli 20
2.7 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian 22
2.8 Proses Hirarki Analitik 24
2.8.1 Keuntungan dan Kelemahan Metode PHA 26
2.8.2 Prinsip Pokok Penyusunan Proses Hirarki Analitik 27
2.8.3 Penilaian Perbandingan Multi Partisipan 32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN
3.1 Studi Pendahuluan 34
3.2 Identifikasi Permasalahan 34
3.3 Teknik Pengumpulan Data 35
3.4 Penentuan Partisipan 35

3.4.1 Populasi 35
3.4.2 Sampel 36
3.5 Pengolahan Data 37
3.6 Pembahasan 38
3.7 Kesimpulan dan Saran 38
3.8 Kerangka Penelitian 39
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA
4.1 Pengumpulan Data 40
4.2 Penyusunan Hirarki 40
4.3 Pengolahan Data dengan Metode PHA 42
4.3.1 Perhitungan Bobot Prioritas 42
4.3.1.1 Bobot Prioritas Faktor 42
4.3.1.2 Bobot Prioritas Sub Faktor 46
4.3.1.3 Bobot Prioritas Alternatif 57
4.3.2 Perhitungan Nilai Konsistensi Rasio (CR) 66
4.3.3 Penentuan Prioritas 67
4.3.3.1 Penentuan Prioritas Faktor 67
4.3.3.2 Penentuan Prioritas Sub Faktor 68
4.3.3.3 Penentuan Prioritas Alternatif 71
BAB V PEMBAHASAN
5.1 Analisis Terhadap Hirarki 72
5.2 Analisis Hasil Pengolahan Data 75
5.2.1 Analisis Hasil Pengolahan Data Faktor Utama 75

5.2.2 Analisis Hasil Pengolahan Data Sub Faktor 76

5.2.2.1 Sub Faktor Perlindungan 76

5.2.2.2 Sub Faktor Ketebalan 77

5.2.2.3 Sub Faktor Isi Kemasan 78

5.2.2.4 Sub Faktor Harga 79

5.2.2.5 Sub Faktor Iklan 80

5.2.3 Analisis Hasil Pengolahan Alternatif 81

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan 83

6.2 Saran 85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Konsep Pemasaran	9
Gambar 2.2	Konsep Kepuasan Pelanggan	16
Gambar 2.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	18
Gambar 2.4	Model Proses Pembelian Lima Tahap	28
Gambar 2.5	Struktur Masalah Dalam PHA	22
Gambar 3.1	Kerangka Penelitian	39
Gambar 4.1	Penyusunan Hirarki	41
Gambar 5.1	Bobot Prioritas Faktor	75
Gambar 5.2	Bobot Prioritas Sub Faktor Perlindungan	76
Gambar 5.3	Bobot Prioritas Sub Faktor Ketebalan	77
Gambar 5.4	Bobot Prioritas Sub Faktor Isi Kemasan	78
Gambar 5.5	Bobot Prioritas Sub Faktor Harga	79
Gambar 5.5	Bobot Prioritas Sub Faktor Iklan	80
Gambar 5.7	Bobot Prioritas Alternatif Produk	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Matrik Penentuan Prioritas	30
Tabel 2.2	Skala Penilaian Relatif	30
Tabel 2.3	Nilai Random Index	32
Tabel 4.1	Matrik Jawaban Responden 1	42
Tabel 4.2	Tabel Bobot Prioritas Responden 1	43
Tabel 4.3	Rekapitulasi Bobot Prioritas Faktor	44
Tabel 4.4	Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Perlindungan	46
Tabel 4.5	Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Ketebalan	48
Tabel 4.6	Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Isi Kemasan	50
Tabel 4.7	Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Harga	53
Tabel 4.8	Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Iklan	55
Tabel 4.9	Bobot Faktor, Sub Faktor dan Alternatif Responden 1	57
Tabel 4.10	Bobot Faktor dengan Sub Faktor Responden 1	62
Tabel 4.11	Hasil Kali Bobot Faktor dan Sub Faktor Responden 1	62
Tabel 4.12	Sub Faktor Terbobot dan Prioritas Alternatif Responden 1	63
Tabel 4.13	Hasil Kali Bobot Sub Faktor dengan Prioritas Responden 1	63
Tabel 4.14	Prioritas Alternatif Terbobot Responden1	63
Tabel 4.15	Bobot Prioritas Alternatif	64
Tabel 4.16	Bobot Prioritas Responden 1	66
Tabel 4.17	Prioritas Faktor	68
Tabel 4.18	Prioritas Sub Faktor Perlindungan	68
Tabel 4.19	Prioritas Sub Faktor Ketebalan	69

Tabel 4.20 Prioritas Sub Faktor Isi Kemasan 69

Tabel 4.21 Prioritas Sub Faktor Harga 70

Tabel 4.22 Prioritas Sub Faktor Iklan 70

Tabel 4.23 Prioritas Alternatif Produk 71

ABSTRAK

Pembalut wanita merupakan produk yang menjadi salah satu kebutuhan penting bagi wanita pada umumnya dan mahasiswi pada khususnya. Penelitian tentang pembalut wanita ini bertujuan untuk mengidentifikasi produk pembalut wanita bagi konsumen.

Pada penelitian ini digunakan metode Proses Hirarki Analisis (PHA) untuk menganalis faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan konsumen dalam memilih pembalut wanita. PHA merupakan sebuah metode dengan memperhitungkan seluruh faktor yang disusun berdasarkan hirarki dari permasalahan yang ada. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode penyebaran kuesioner. Bila rasio konsistensi lebih besar dari 0,1 maka jawaban responden dinyatakan tidak konsisten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 70 dari 80 responden memenuhi konsistensi dan diperoleh bobot faktor sebagai berikut: faktor perlindungan (0.414509), harga (0.20776), ketebalan (0.19856073), isi kemasan (0.066251), Iklan (0.065697), sub faktor anti kerut dan anti bocor (0.15792005), tidak menimbulkan gatal dan iritasi (0.12861261), daya serap tinggi, (0.05571789), perekat yang kuat (0.04752221), sub faktor ketebalan sedang (0.078793), tebal (0.049046), tipis (0.032754), sub faktor isi kemasan 8-15 (0.034589), >15 buah (0.011774), <8 buah (0.011266), faktor harga dengan sub faktor murah (0.128537), sedang (0.058913), mahal (0.015904), sub faktor televisi (0.044116), radio (0.010723), media cetak (0.008925). Alternatif produk Laurier (0.2266801), Charm (0.2191940), Kotex (0.2089896), Whisper (0.1448765) dan yang terakhir adalah Softex (0.1346797).

Kata Kunci : Produk Pembalut Wanita, Proses Hirarki Analitik, Rasio Konsistensi, Bobot Prioritas Faktor

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Wanita normal pasti mengalami proses menstruasi dan mengenal pembalut wanita. Perbedaan faktor genetik dan aktivitas akan menyebabkan proses menstruasi yang berlainan, sehingga kebutuhan dan keinginan penggunaan jenis pembalut pada saat menstruasi juga tidak sama. Pemilihan jenis pembalut sangat penting pada saat menstruasi, sebab pemakaian pembalut yang tidak sesuai akan membuat penggunanya merasa tidak nyaman dan seringkali menghambat aktivitas sehari-hari.

Banyaknya jenis pembalut wanita di pasaran menawarkan berbagai keunggulan. Tawaran produk baru yang disajikan menyebabkan konsumen memiliki alternatif untuk memilih produk yang disukai. Adanya persaingan semacam ini menuntut perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk masing-masing.

Dalam penyusunan strategi yang lebih akurat, perusahaan harus mengetahui posisi pasar dan produk pembalut seperti apa yang diinginkan oleh konsumen. Penting bagi produsen untuk mengetahui bagaimana persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk mereka, sebab terlepas dari kecanggihan dan keunggulannya, keberhasilan suatu produk sangatlah ditentukan oleh preferensi konsumen atau selera pasar. Maka dari itu, perlu dilakukan studi untuk menganalisis keinginan konsumen terhadap jenis-jenis pembalut yang ada di pasaran.

Penelitian tentang pembalut wanita yang pernah dilakukan adalah "Penerapan Rantai Markov dalam Menganalisa Alasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merk" (Farabi, 2004). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan konsumen terhadap perpindahan merk pembalut wanita dengan menggunakan rantai markov.

Gaya hidup mahasiswa sangatlah unik dan dinamis. Kemajuan teknologi yang semakin pesat telah membawa perubahan perilaku mahasiswa dalam melakukan pembelian suatu produk. Hal ini dapat dilihat dari perubahan gaya hidup dan pola dalam mengkonsumsi produk yang semakin susah diketahui. Maka dari itu, penelitian yang dilakukan adalah mengenai keinginan konsumen yang dilihat dari sudut pandang mahasiswa.

Salah satu metode yang biasa digunakan dalam pengambilan keputusan adalah proses hirarki analitik. Metode ini dilakukan dengan penyusunan sebuah hirarki guna menentukan faktor-faktor yang saling mempengaruhi, sehingga diharapkan dapat mengetahui alasan suatu pengambilan keputusan. Penelitian sebelumnya yang menggunakan metode proses hirarki analitik adalah "Penggunaan Analytical Hierarchy Process untuk Mendapatkan Desain Sistem Kerja yang Ergonomis" (Wijayanti, 2005).

Studi pendahuluan yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap 100 mahasiswi Universitas Islam Indonesia menyatakan bahwa 78% dari mereka sering merasa tidak nyaman saat memakai pembalut, sehingga menimbulkan rasa cemas dan krisis percaya diri. Hal ini tentunya merugikan konsumen karena dapat menghambat aktivitas. Sementara itu, 22% sisanya sudah merasa nyaman dengan

pembalut yang biasa digunakannya. Dari angka-angka tersebut dapat terlihat bahwa tidak semua jenis pembalut yang ada di pasaran dapat memenuhi keinginan konsumen. Jika keinginan konsumen tidak terpenuhi, maka mereka tidak akan mau untuk menggunakan kembali produk tersebut. Tentu saja hal tersebut merupakan ancaman bagi perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukan sebuah penelitian guna menganalisis jenis-jenis pembalut wanita yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode proses hirarki analitik, sehingga dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jenis pembalut wanita.

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian di atas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan dari penelitian yang akan dilakukan, yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang selama ini mempengaruhi mahasiswi dalam mengambil keputusan pembelian jenis pembalut wanita?
2. Berapakah besarnya bobot masing-masing faktor tersebut?

1.3 Batasan Masalah

Untuk memudahkan peneliti agar permasalahan ini terarah dan tidak semakin meluas, maka peneliti menentukan beberapa batasan masalah sebagai berikut:

1. Produk yang diteliti adalah pembalut wanita dengan merk Kotex, Laurier, Charm, Softex dan Whisper.
2. Konsumen yang diteliti adalah mahasiswi Universitas Islam Indonesia.
3. Batasan mahasiswi dalam penelitian ini adalah mereka (wanita) yang pada saat ini mempunyai status mahasiswi di Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta dan berusia 18 hingga 23 tahun.
4. Proses Hirarki Analitik ditekankan penggunaannya untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih pembalut wanita.
5. Penelitian difokuskan pada parameter kenyamanan dan daya beli konsumen.
6. Hasil penelitian ditujukan untuk mendapatkan alternatif merk produk pembalut yang disukai konsumen, sehingga dapat digunakan oleh perusahaan sebagai acuan penentuan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu pembalut wanita.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswi Universitas Islam Indonesia dalam keputusan pembelian produk pembalut wanita.
2. Mengetahui besarnya bobot masing-masing faktor.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Dapat memberi gambaran tentang sikap konsumen terhadap produk pembalut wanita.
2. Memberikan masukan bagi produsen dalam mempertimbangkan strategi pemasaran di waktu yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran yang menyeluruh dalam penelitian. Secara garis besar sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Landasan teori memuat penjelasan tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahakn masalah penelitian dan untuk merumuskan hipotesis. Landasan teori dapat berbentuk kualitatif, model matematis atau lainnya yang berkaitan dengan penelitian. Tujuan dari bab ini adalah memberikan dasar atau acuan secara ilmiah yang berguna untuk membentuk kerangka berpikir yang berguna dalam penelitian.

Bab III : Metodologi Penelitian

Berisi tentang penjelasan mengenai obyek penelitian, tempat dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data dan kerangka pemecahan masalah. Tahap-tahap dalam pemecahan masalah dijelaskan oleh flowchart.

Bab IV : Pengumpulan dan Pengolahan Data

Berisi tentang data-data yang diperlukan dalam penelitian dan pengolahan data.

Bab V : Pembahasan

Berisi tentang pembahasan yang diperoleh dari hasil pengolahan data dan dianalisis untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Bab VI : Penutup

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan kemudian memberikan saran yang diusulkan terhadap penelitian dan rekomendasi penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran

Pemasaran bukan hanya suatu kegiatan menjual dan mempromosikan barang tetapi mempunyai pengertian yang lebih luas mencakup segala permasalahan dalam masyarakat dan perusahaan. Beberapa definisi pemasaran yang dikemukakan para ahli antara lain, yaitu:

1. Pemasaran adalah suatu proses dalam masyarakat atau kelompok, dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat pembuatan, penawaran serta pertukaran produk dan jasa yang bernilai kepada pihak lain (Kotler, 2000).
2. Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran (Boyd, *et.al.*, 2000).
3. Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari segala kegiatan yang ditujukan untuk merencanakan, mengimplementasikan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Stanton, 1996).

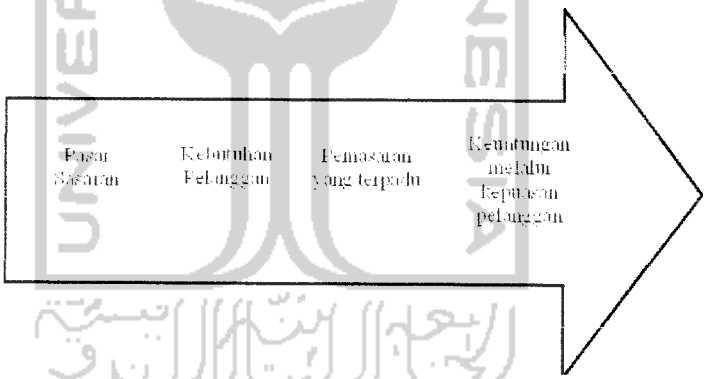
4. *The American Marketing Assocciation (AMA)* membuat definisi bahwa pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan implementasi dari konsep, *pricing*, promosi, dan distribusi (ide, produk maupun jasa), sehingga dapat diciptakan pertukaran agar dapat memuaskan kebutuhan pelanggan dan perusahaan sekaligus (Rangkuti, 2002).

Berdasarkan definisi di atas, proses pemasaran dimulai dari menemukan apa yang diinginkan oleh konsumen. Mengetahui apa saja yang diinginkan oleh konsumen yang berkenaan dengan produk, kinerja serta kualitas adalah tahap pertama yang sangat penting dari kegiatan pemasaran. Kita akan segera memasuki pertempuran pemasaran yang sesungguhnya apabila kita mengetahui apa yang akan kita produksi dan berusaha melakukan tindakan-tindakan untuk memenuhi selera konsumen tersebut agar mereka melakukan tindakan pembelian. Istilahnya saat ini bermacam-macam, seperti *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan), *experiental marketing* (memberikan tambahan pengalaman baru pada waktu konsumen menikmati produk tersebut), *dreaming marketing* (memberikan iming-iming impian terhadap pemakaian produk tertentu kepada konsumen), *new generation marketing* atau *cohort marketing* (pemasaran yang ditujukan kepada suatu kelompok atau segmen tertentu untuk dipuaskan seleranya), *intelligent marketing* (pencarian informasi mengenai pemasaran untuk mengetahui selera konsumen), *emosional marketing* (menggunakan cara untuk membangkitkan emosi dan gengsi konsumen sebagai alat pemasaran), serta berbagai istilah populer lainnya.

2.2 Konsep Berwawasan Pemasaran

Konsep berwawasan pemasaran berpendapat bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien daripada saingannya (Kotler, 2000). Dalam maknanya yang utuh, konsep pemasaran adalah sebuah filsafat bisnis yang mengatakan bahwa kepuasan dan keinginan dari konsumen adalah dasar kebenaran sosial ekonomi kehidupan perusahaan (Stanton, 1996).

Konsep berwawasan pemasaran ini bersandar pada empat pilar utama, yaitu pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu dan keuntungan. Empat pilar tersebut dapat digambarkan pada gambar 2.1



Gambar 2.1 Konsep Pemasaran

(Sumber: Kotler, 2000)

Konsep berwawasan pemasaran dimulai dari luar ke dalam. Kegiatan pemasaran perusahaan dimulai dari identifikasi pasar tujuan atau sasaran, mengenali kebutuhan serta keinginan mereka, memadukan dan mengkoordinasikan semua kegiatan yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen, dan akhirnya melalui kegiatan ini perusahaan diharapkan memperoleh keuntungan dengan senantiasa menciptakan dan mempertahankan kepuasan konsumen.

Pemasaran menggunakan sejumlah perangkat untuk memperoleh tanggapan dari pasar sasaran mereka, perangkat tersebut dikenal dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Definisi bauran pemasaran adalah kombinasi dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan oleh manajer untuk menjalankan strategi pemasaran dalam upaya mencapai tujuan perusahaan di dalam pasar sasaran tertentu (Boyd, *et.al.*, 2000).

Alat bauran pemasaran paling mendasar adalah produk, yang mencakup keanekaragaman produk, kualitas, rancangan, bentuk, merk, kemasan, ukuran, pelayanan dan jaminan. Alat bauran pemasaran yang penting adalah harga atau jumlah uang dari konsumen untuk membeli produk tertentu, sehingga harga harus sebanding dengan penawaran nilai kepada konsumen. Harga meliputi daftar harga, rabat, potongan, syarat kredit dan jangka waktu pembayaran. Tempat merupakan alat bauran pemasaran yang ainnya, termasuk berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen. Perusahaan harus mengidentifikasi, merekrut dan menghubungkan berbagai penyedia fasilitas pemasaran untuk menyediakan produk dan

pelayanannya secara efisien kepada pasar sasaran. Perusahaan juga harus mengerti berbagai jenis pengecer, pedagang grosir dan perusahaan distribusi fisik serta bagaimana mereka membuat keputusannya. Promosi merupakan alat pemasaran yang meliputi semua kegiatan mengkomunikasikan dan mempromosikan produknya kepada pasara sasaran. Perusahaan harus membuat program komunikasi dan promosi yang terdiri dari iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat serta pemasaran langsung dan *online*.

Dari uraian diatas, tampak bahwa 4 P mencerminkan pandangan penjual terhadap alat pemasaran yang tersedia untuk mempengaruhi pembeli. Setiap alat pemasaran dirancang untuk memberikan manfaat bagi konsumen. Jadi, perusahaan pemenang adalah mereka yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan secara ekonomis, mudah dan dengan komunikasi yang efektif.

2.3 Produk

2.3.1 Definisi Produk

Dalam maknanya yang sempit, produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata yang terakit dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasikan, sedangkan arti secara luas adalah produk merupakan sekumpulan atribut yang nyata ataupun tidak nyata yang di dalamnya tercakup warna, harga, kemasan, *prestise* pabrik, *prestise* pengecer dan pelayanan dari pabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya (Stanton, 1996).

Pada umumnya, konsumen menginginkan produk yang memiliki karakteristik antara lain (Gasperz, 1997):

a. Karakteristik lebih cepat (*faster*), biasanya berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan dan kemudahan untuk memperoleh produk tersebut.
b. Karakteristik lebih murah (*cheaper*), biasanya berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan harga dari suatu produk.
c. Karakteristik lebih baik (*better*), berkaitan dengan dimensi kualitas produk, yang dalam hal ini sangat sulit untuk digambarkan secara tepat.

2.3.2 Mutu Produk

Mutu merupakan tingkat pemuas suatu barang. Tingkat mutu ditentukan oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi mutu barang diantaranya yaitu (Assauri, 1969):

1. Fungsi suatu barang

   Suatu barang yang dihasilkan hendaknya memperhatikan fungsi untuk apa barang tersebut digunakan, sehingga dapat memenuhi fungsi tersebut. Oleh karena fungsi mempengaruhi kepuasan para konsumen, sedangkan tingkat kepuasan tertinggi tidak selamanya tercapai, maka mutu barang tergantung pada tingkat pemenuhan fungsi penggunaan yang hendak dicapai.

2. Wujud luar

   Kadang-kadang walaupun barang yang dihasilkan secara teknis telah maju, namun bila wujud luarnya kuno atau kurang dapat diterima, maka hal ini dapat

menyebabkan barang tersebut tidak disukai konsumen, karena dianggap mutunya kurang memenuhi syarat.

3. Biaya barang tersebut

   Umumnya biaya dan harga suatu barang akan dapat menentukan mutu suatu barang tersebut. Mengenai biaya barang-barang ini perlu kiranya disadari bahwa tidak selamanya biaya suatu barang dapat menentukan mutu barang tersebut, karena biaya yang diperkirakan tidak selamanya biaya yang sebenarnya.

2.4 Konsumen

2.4.1 Definisi Konsumen

Secara tradisional, konsumen adalah orang yang membeli dan menggunakan produk. Pandangan tradisional ini menyimpulkan bahwa konsumen adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah produk selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Kata "konsumen" adalah suatu istilah yang sangat akrab dengan dunia bisnis di Indonesia, mulai dari perdagangan kecil hingga perdagangan besar, dari industri rumah tangga hingga industri berskala internasional, dari perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang hingga perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita (perusahaan) untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan. Beberapa definisi tentang pelanggan adalah (Gasperz, 1997):

a. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung padanya.
b. Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada keinginannya.
c. Tidak seorang pun yang pernah menang berargumentasi dengan pelanggan
d. Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.

Bicara mengenai pelanggan yang harus dipuaskan dalam suatu sistem kualitas modern, perlu terlebih dahulu diidentifikasi jenis-jenis pelanggan itu. Pada dasarnya dikenal tiga macam pelanggan modern, yaitu (Gasperz, 1997):

1. Pelanggan Internal (*Internal Customer*)

   Pelanggan internal adalah orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh terhadap performansi perusahaan.

2. Pelanggan Antara (*Intermediate Customer*)

   Pelanggan antara adalah mereka yang bertindak sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir produk. Dalam sistem kualitas modern, pihak-pihak yang terlibat atau melakukan transaksi produk harus dipuaskan.

3. Pelanggan Eksternal (*External Customer*)

   Pelanggan eksternal adalah pembeli atau pemakai produk, yang sering disebut sebagai konsumen nyata. Dalam sistem kualitas modern, prinsip hubungan antara pemasok dengan konsumen harus dipelihara agar saling memuaskan.

2.4.2 Kebutuhan Konsumen

Kebutuhan merupakan kekuatan dasar yang mendorong konsumen untuk terlibat dalam pertukaran. Kebutuhan konsumen harus diekspresikan dalam apa yang harus dilakukan oleh suatu produk, bukan bagaimana produk dapat diimplementasikan, karena kebutuhan yang tersembunyi kadang-kadang lebih penting daripada kebutuhan yang eksplisit dalam menentukan kepuasan pelanggan. Kebutuhan konsumen dapat dibedakan menjadi lima jenis kebutuhan, antara lain (Kotler, 2000):

1. Kebutuhan yang dikemukakan konsumen
2. Kebutuhan yang sebenarnya
3. Kebutuhan yang tidak dikemukakan
4. Kebutuhan kesenangan
5. Kebutuhan rahasia.

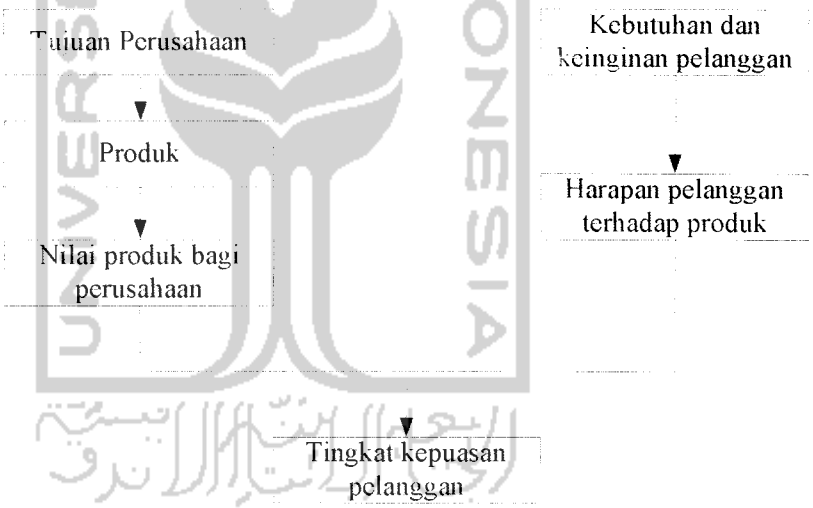
2.4.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan sesudah transaksi tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan adalah memberikan kepada pelanggan apa yang betul-betul mereka butuhkan dan inginkan, bukan memberikan apa yang kita pikirkan dibutuhkan oleh mereka.

Kepuasan pelanggan dalam tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para konsumen. Semua usaha manajemen diarahkan pada satu tujuan utama yaitu kepuasan pelanggan yang mengakibatkan kunjungan

konsumen. Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat. diantaranya, adalah (Tjiptono, 1997):

a. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (word of mouth) yang menguntungkan bagi perusahaan.
e. Reputasi perusahaan menjadi lebih baik di mata pelanggan.
f. Laba yang diperoleh dapat meningkat.



Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan

(Sumber: Tjiptono, 1997)

Beberapa metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut (Tjiptono, 1997):

1. Sistem Keluhan dan Saran

   Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas pada pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka.

2. *Gost shopping*

   Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pelanggan produk perusahaan dan pesaing. Dengan usaha seperti itu, kita dapat mengetahui kelemahan produk perusahaan dan pesaing.

3. *Lost Costumer Analysis*

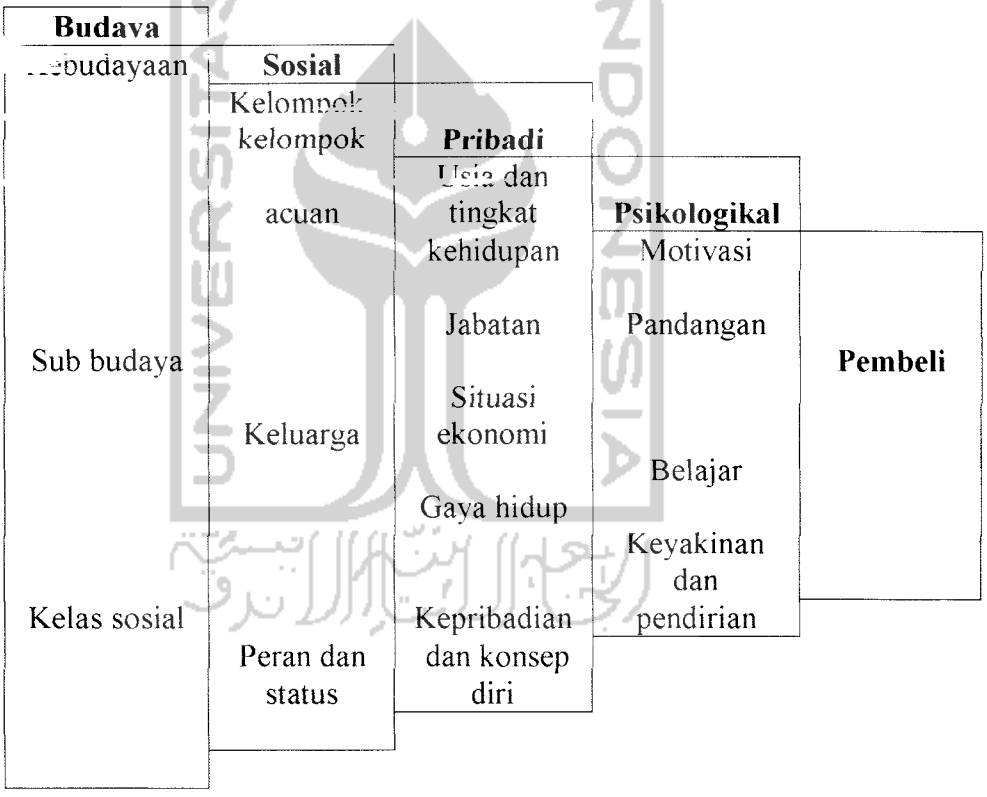
   Cara ini mungkin terasa sulit, namun bila diterapkan akan dapat memantau peningkatan angka kehilangan pelanggan.

4. Survey Kepuasan Pelanggan

   Metode survey merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan, salah satu bentuknya adalah dengan pembentukan kuesioner.

2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan melayani kebutuhan konsumen. Mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, karena banyak faktor yang berpengaruh dan saling berinteraksi satu sama lain. Dalam mengambil keputusan mengenai produk yang akan dibeli atau dikonsumsi, konsumen akan dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Masing-masing bagian terdiri dari beberapa faktor, seperti pada gambar 2.2 berikut ini:



Gambar 2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen
(Sumber: Kotler, 2000)

2.5.1 Faktor Budaya

Faktor yang berngaruh paling luas pada seorang konsumen adalah karakteristik budaya konsumen, khususnya kebudayaan, sub budaya dan kelas sosial.

a. Kebudayaan

Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar (Kotler, 2000). Kebudayaan dapat didefinisikan sekumpulan nilai-nilai dan norma-norma yang diperoleh masyarakat, yang mana mereka menerimanya secara keseluruhan dan meneruskan kepada setiap anggota masyarakat tersebut melalui simbol-simbol dan bahasa.

b. Sub Budaya

Setiap budaya pada dasarnya bersifat heterogen, karena terdiri dari kelompok-kelompok kecil atau sub budaya, dan masing-masing memiliki ciri sosialisasi yang khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya dapat dibedakan berdasarkan faktor-faktor kebangsaan, agama, ras dan geografi.

c. Kelas Sosial

Perilaku konsumen antara kelas sosial yang satu dengan yang lain akan berbeda. Seringkali perilaku konsumen tersebut lebih dipengaruhi oleh kelas dimana orang tersebut berada.

2.5.2 Faktor Sosial

Selain dipengaruhi oleh faktor budaya, perilaku konsumen juga dipengaruhi faktor sosial, seperti kelompok acuan, keluarga, peranan dan status sosial.

2.5.3 Faktor Pribadi

Keputusan seseorang dalam melakukan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang tampak dari luar, misalnya usia pembeli, siklus kehidupan, pekerjaan, dan kondisi orang tersebut.

2.5.4 Faktor Psikologis

Faktor-faktor psikologikal yang menjadi dasar dalam perilaku konsumen adalah motivasi, persepsi, proses belajar, sikap dan kepercayaan.

2.6 Tipe-tipe Perilaku Pembeli

Pengambilan keputusan bervariasi tergantung jenis keputusan pembelian. Assael membedakan empat jenis perilaku pembelian berdasarkan tingkat keterlibatan pembeli dan tingkat diferensi merk. sebagai berikut (Kotler, 2000):

1. Perilaku pembelian yang kompleks

   Konsumen terlibat dalam pembelian yang kompleks saat mereka dalam suatu pembelian dan menyadari adanya perbedaan yang signifikan diantara berbagai merk. Hal ini biasanya merupakan kasus yang bersangkutan mahal, jarang dibeli, beresiko, dan sangat mengekspresikan pembeli.

2. Perilaku pembelian yang mengurangi ketidak sesuaian (disonansi)

   Kadang-kadang konsumen sangat terikat dalam suatu pembelian namun melihat sedikit perbedaan dalam merk-merk. Keterlibatan yang tinggi didasari oleh faktor bahwa pembelian tersebut mahal, jarang dilakukan dan beresiko. Setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami disonansi atau ketidakcocokan yang muncul dari pengamatan terhadap hal-hal yang mengganggu dari produk atau kabar tentang hal-hal yang menyenangkan mengenai produk-produk lain. Konsumen akan waspada terhadap informasi yang membenarkan informasinya.

3. Perilaku pembelian menurut kebiasaan

   Banyak produk dibeli dalam kondisi rendahnya keterlibatan konsumen dan tidak adanya perbedaan merk yang signifikan. Konsumen pergi ke toko dan mengambil merk tertentu. Jika mereka mengambil merk yang sama, hal ini karena kebiasaan bukannya kesetiaan merk yang kuat. Biasanya sebagian besar produk yang murah dan sering dibeli. Konsumen tidak membentuk pendirian yang kuat atas suatu merk, sebaliknya mereka memilihnya karena merk tersebut akrab dengan mereka.

4. Perilaku pembelian yang mencari variasi

   Beberapa situasi pembelian ditandai oleh keterlibatan konsumen yang rendah akan perbedaan merk yang signifikan. Dalam situasi ini konsumen sering melakukan perpindahan merk namun pada kesempatan berikutnya, konsumen mungkin mengambil merk lain karena bosan atau ingi mencari rasa yang berbeda. Perpindahan merk terjadi karena variasi ketidakpuasan.

2.7 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembeliannya. Dalam model perilaku konsumen, keputusan yang dibuat oleh konsumen tehadap suatu produk atau jasa adalah suatu proses penilaian dan peneriamaan dari informasi tentang merk, pertimbangan bagaimana merk-merk yang lain dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memutuskan merk yang dipilih. Proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yang dapat dilihat pada gambar 2.3 berikut ini:



Gambar 2.4 Model Proses Pembelian Lima Tahap

(Sumber: Kotler, *2000*)

1. Menganalisa kebutuhan dan keinginan

   Tujuan dari analisa kebutuhan ini adalah untuk mengetahui kebutuhan atau keinginan apa yang belum dapat memenuhi atau memuaskan konsumen. Penganalisaan kebutuhan merupakan proses yang diawali dengan kesadaran akan adanya kebutuhan tersebut. Jika kebutuhan tersebut diketahui, maka konsumen akan segera melakukan pemahaman untuk segera atau masih bisa menunda kebutuhan tersebut. Tahap ini merupakan tahap awal dari proses pembelian.

2. Pencarian informasi

   Tahap kedua dari proses pembelian ini sangat berkaitan dengan pencarian informasi tentang sumber-sumber dan menilainya, yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dirasakan. Pencarian informasi dapat dilakukan secara aktif atau pasif dan juga bersifat internal atau external.

3. Evaluasi alternatif produk

   Evaluasi alternatif merupakan proses diamana konsumen mengevaluasi alternatif yang ditawarkan di pasar. Dalam melakukan evaluasi, konsumen dianggap melakukan pertimbangan secara sadar dan rasional. Konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih. Tahap ini meliputi dua tahap, yaitu:

   a. Penetapan tujuan pembelian, dimana konsumen menentukan suatu tujuan dalam barang tertentu, misalnya *prestige* dan *image*.
   b. Menilai serta mengadakan seleksi terhadap alternatif pembelian berdasarkan tujuan tersebut, sehingga untuk tujuan *prestige* dan *image* produk-produk yang memenuhi tujuan tersebut adalah membeli mobil mewah, rumah mewah atau membeli pakaian merk terkenal.

4. Keputusan Pembelian

   Keputusan untuk membeli disini merupakan proses dalam pembelian yang nyata.

5. Setelah Pembelian

Berdasarkan hasil keputusan pembelian tersebut, konsumen akan merasakan ada atau tidaknya kepuasan setelah melakukan pembelian terhadap produk tertentu. Konsumen yang puas cenderung untuk menunjukkan sikap berpeluang untuk membeli lagi pada kesempatn berikutnya dan cenderung mengatakan sesuatu yang baik tentang produk tersebut, sedangkan konsumen yang tidak puas cenderung melakukan tindakan yang sebaliknya.

2.8 Proses Hirarki Analitik

Dalam pengambilan keputusan seseorang atau sebuah perusahaan akan mengalami kesulitan apabila kurangnya informasi yang didapat khususnya bila dalam pengambilan kebijakan, aturan, performansi perusahaan dimana masing-masing masalah belum memilki tolok ukur dalam perhitungannya. Masalah akan menjadi lebih kompleks apabila terjadi interaksi antar elemen-elemen penyusun dalam pengambilan kebijakan dimana dalam hal tersebut tidak ada cara lain dalam mengambil keputusan.

Metode Proses Hirarki Analitik (PHA) merupakan metode yang dikembangkan oleh Proft. Thomas L. Saaty pada awal tahun 70-an, dimana metode ini dipergunakan untuk pengambilan keputusan dengan melakukan identifikasi tentang alternatif-alternatif yang akan dipakai dalam menyelesaikan masalah. Proses Hirarki Analitik ini banyak digunakan untuk merangking atau memberi bobot suatu faktor (Mulyono, 1996). Metode ini mempunyai dasar penyelesaian bahwa setiap faktor penyusun masalah akan dibandingkan secara

relatif diantaranya berdasarkan tingkat kepentingannya dimana seserang pengambil keputusan akan memberikan prioritas terhadap faktor dimana tingkat masalah kepentingan terhadap faktor tersebut tinggi sampai pada tingkat kepentingan terhadap faktor tersebut rendah.

Untuk menyelesaikan pengambilan keputusan dalam metode ini, harus terlebih dahulu diadakan strukturisasi persoalan dimana hal ini sangat penting karena menyangkut faktor-faktor penyusun serta alternatif penyelesaiannya. Disarankan dalam strukturisasi masalah ini dilakukan dengan cara *brainstorming* dengan pihak yang terkait dengan masalah tersebut. Cara strukturisasi ini juga dikenal dengan dekomposisi tujuan menjadi elemen penyusun. Dekomposisi yang dilakukan apabila semakin lengkap maka persoalan akan semakin lebih nyata tetapi konsekuensinya kotresponden aka mengalami kesulitan dalam melakukan penilaian. Dekomposisi yaitu memecah persoalan yang utuh menjadi unsur-unsurnya. Jika ingin mendapatkan hasil yang akurat, pemecahan yang dilakukan terhadap unsur-unsurnya sampai tidak mungkin dilakukan pemecahan lebih lanjut, sehingga didapatkan beberapa tingkatan dari persoalan tadi.

Segi lain dari metode proses hirarki analitik adalah proses ini memberikan suatu kerangka bagi partisipasi kelompok dalam pengambilan keputusan atau pemecahan soal. Proses ini dapat diterapkan pada proses nyata dan terutama berguna bagi pengalokasian sumber daya, perencanaan, analisis pengaruh kebjaksanaan dan penyelesaian konflik. Para ilmuwan sosial dan fisika, insinyur, pembuat kebijaksanaan bahkan orang awam dapat memakai model ini tanpa campur tangan para pakar.

2.8.1 Keuntungan dan Kelemahan Metode Proses Hirarki Analitik

Keuntungan pemakaian Proses Hirarki Analitik sebagai pengambil keputusan adalah (Saaty, 1993):

a. Memberikan suatu model tunggal yang mudah dimengerti untuk aneka ragam persoalan tak terstruktur.
b. Memadukan rancangan deduktif dan rancangan berdasarkan sistem dalam memecahkan persoalan kompleks.
c. Dapat menangani saling ketergantungan elemen-elemen suatu sistem dan tidak memaksakan pemikiran linier.
d. Mencerminkan kecenderungan alami pikiran untuk memilah-milah elemen-elemen suatu sistem dalam berbagai tingkat berlainan dan mengelompokkan unsur yang serupa dalam setiap tingkat.
e. Memberikan suatu skala untuk mengukur hal-hal dan wujud suatu metode untuk menetapkan prioritas.
f. Menuntun ke suatu taksiran menyeluruh tentang kebaikan setiap alternatif.
g. Mempertimbangkan prioritas-prioritas relatif dari berbagai faktor sistem dan memungkinkan orang memilih alternatif terbaik berdasarkan tujuan-tujuan mereka.
h. Tidak memaksakan konsensus tetapi mensintesiskan suatu hasil yang representatif dari berbagai penilaian yang berbeda-beda.
i. Memungkinkan orang memperhalus definisi pada suatu persoalan dan memperbaiki pertimbangan dan pengertian melalui pengulangan.

Kelemahan pemakaian Proses Hirarki Analitik sebagai pengambil keputusan adalah (Saaty, 1993):

a. Responden yang terlibat harus memiliki pengetahuan yang cukup mengenai permasalahan maupun mengenai metode PHA itu sendiri.
b. PHA tidak dapat diterapkan pada suatu perbedaan sudut pandang yang tajam di kalangan responden.

2.8.2 Prinsip Pokok Penyusunan Proses Hirarki analitik

Penyusunan Proses Hirarki Analitik memiliki tiga prinsip pokok pengambilan keputusan (Saaty, 1993), yaitu:

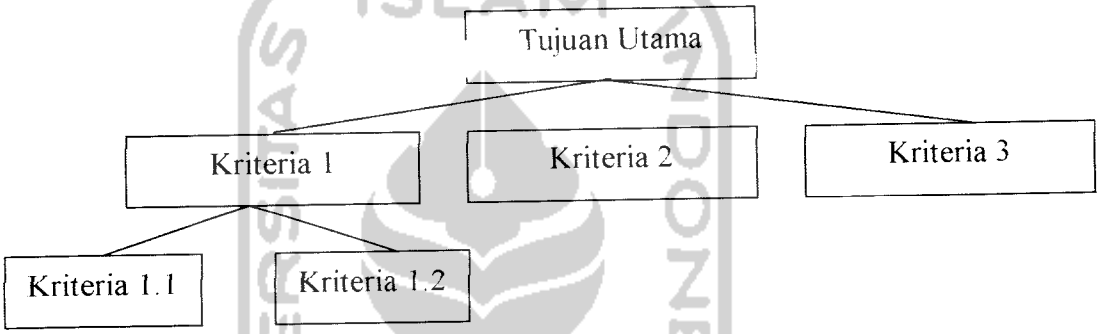
1. Penyusunan Struktur Hirarki

   Penyusunan suatu hirarki permasalahan merupakan langkah pendefinisian yang rumit dan kompleks sehingga menjadi lebih jelas dan detail. Hirarki keputusan disusun berdasarkan pandangan-pandangan pihak-pihak yang memiliki keahlian dan pengetahuan di bidang yang bersangkutan. Keputusan yang diambil dijabarkan menjadi elemen-elemen yang lebih rinci sehingga mencapai suatu tahapan yang terukur. Hirarki permasalahan akan mempermudah pengambil keputusan untuk menganalisis dan menarik kesimpulan terhadap masalah tersebut. Adapun urutan dalam penyusunan struktur hierarki adalah sebagai berikut:

   - Identifikasi elemen masalah
   - Pengelompokkan elemen dalam kelompok yang homogen
   - Pengaturan kelompok dalam tingkatan yang berbeda.

- Tingkat atas merupakan tujuan dari kelompok dibawahnya, sebaliknya tingkat bawah merupakan uraian diatasnya.

Dalam penyusunan hirarki terkadang kita juga harus dapat memasukkan rincian yang relevan yang cukup untuk menggambarkan persoalan seseksama mungkin. Dalam penyusunan hirarki tidak perlu lengkap dimana berarti suatu elemen di suatu tingkat tidak berfungsi sebagai kriteria bagi semua elemen di tingkat bawah.



Gambar 2.5 Stuktur masalah dalam PHA
(Sumber: Saaty, 1993)

Dalam penjabaran hirarki, tidak ada pedoman yang pasti sampai berapa jauh kita dapat menjabarkan tujuan menjadi lebih rendah. Kitalah yang harus menentukan kapan saat kita berhenti, dengan memperhatikan keuntungan dan kekurangan yang dapat diperoleh bila tujuan tersebut diperinci lebih lanjut. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan proses ini adalah (Kadarsah, *et.al.*, 1998):

a. Pada waktu penjabaran tujuan dalam sub tujuan, kita harus memperhatikan apakah setiap aspek dari tujuan yang lebih tinggi tercakup dalam sub tujuan tersebut.

b. Perlu dihindari terjadinya pembagian yang terlalu banyak, baik arah horisontal maupun vertikal.

c. Sebelum menetapkan tujuan untuk dijabarkan atas hirarki tujuan yang lebih rendah, harus ditentukan lebih dahulu apakah suatu tindakan atas hasil terbaik dapat diperoleh bila tujuan tersebut tidak dimasukkan.

2. Penentuan Prioritas

Prioritas dari elemen-elemen dapat dipandang senagai bobot elemen tersebut terhadap tujuan pengambilan keputusan PHA melakukan analisis prioritas elemen melalui metode perbandingan berpasangan antar dua elemen hingga seluruh elemen yang ada tercakup. Pioritas ini ditentukan berdasarkan pandangan para pakar dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap pengambilan keputusan baik secara langsung maupun tidak langsung. Garis besar dalam penentuan prioritas dimana besar kecilnya elemen untuk mencapai tujuan disusun berdasarkan tingkat relatif kepentingan. Untuk menentukan prioritas dalam setiap elemen pada proses hirarki analitik adalah dengan membuat sebuah perbandingan berpasangan, yaitu elemen-elemen dibandingkan berpasangan terhadap suatu kriteria yang ditentukan. Untuk pembanding berpasangan ini dapat dilakukan dengan membuat matrik dimana penggunaan matrik ialah sebuah alat sederhana yang biasa digunakan. Untuk penentuan prioritas maka dibuat dahulu pada penentuan puncak hirarki sebagai contoh. Misalkan, puncak hirarki adalah A, lalu tingkat dibawahnya adalah elemen-elemen yang dibandingkan seperti B1, B2, B3 dan seterusnya.

Tabel 2.1 Tabel atau Matrik Penentuan Prioritas

A	B1	B2	...	Bn
B1	w1/w1	w1/w2	...	w1/wn
B2	w2/w1	w2/w2	...	w2/wn
.	.	.	...	...
Bn	wn/w1	wn/w2	...	wn/wn

Sumber: Saaty, 1993

Adapun pengisian nilai prioritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2.2 Skala Penilaian Relatif

Tingkat Kepentingan	**Definisi**	**Penjelasan**
1	Sama penting	Kedua elemen mempunyai pengaruh yang sama
3	Satu elemen lebih penting sedikit dari lainnya	Pendapat sedikit memihak pada sebuah elemen dibanding dengan elemen lain
5	Suatu elemen sesungguhnya lebih penting dari lainnya	Pendapat sesara kuat memihak pada sebuah elemen dibanding dengan elemen lainnya
7	Suatu elemen benar-benar lebih penting dari lainnya	Sebuah elemen secara kuat disukai dan dominasinya tampak dalam praktek
9	Suatu elemen mutlak lebih penting dari lainnya	Suatu elemen lebih penting sangat jelas
2,4,6,8	Nilai tengah diantara dua penilaian berurutan	Nilai-nilai ini diperlukan suatu kompromi.
Kebalikan dari nilai diatas	Bila elemen i mendapat salah satu nilai diatas pada saat dibandingkan dengan elemen j, maka elemen j mempunyai nilai kenalikan bila dibandingkan dengan elemen i	

Sumber: Saaty, 1993

3. Konsistensi Logis

Konsistensi jawaban para konsumen dalam menentukan prioritas elemen merupakan prinsip pokok yang akan menentukan validitas data dan hasil pengambilan keputusan. Secara umum responden harus memiliki konsistensi dalam melakukan perbandingan elemen. Jika A>B dan B>C, maka secara logis responden harus menyatakan bahwa A>C, berdasarkan nilai-nilai numerik yang disediakan oleh Saaty. Nilai kekosistensian yang ada ialah jika CR>0,1 maka data dinilai tidak konsisten. Dalam pelaksanaanya penentuan konsistensi logis diharuskan membuat matrik baru dengan mengalikan matrik awal dengan Eugene vektor dimana dari matrik tersebut didapatkan nilai konsistensi index dimana dirumuskan sebagai berikut (Saaty,1993):

$$CI = \frac{(\sigma - n)}{(n-1)} \quad \text{..... (2.1)}$$

Setelah CI didapat maka nilai CR akan didapat dengan menggunakan rumus:

$$CR = \frac{CI}{RI} \quad \text{..... (2.2)}$$

Dimana: RI= Random Index

Nilai random index dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.3 Nilai Random Index

Ordo Matriks	Random Index
1	0
2	0
3	0,56
4	0,9
5	1,12
6	1,24
dst	dst

Sumber: Mulyono, 1996

2.8.3 Penilaian Perbandingan Multi Partisipan

Dalam penggunaan metode Proses Hirarki Analitik dimungkinkan untuk diperoleh penilaian yang didasarkan pada penilaian dengan menggunakan kuesioner. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu:

1. Jika suatu kelompok ikut berpartisipasi dalam proses penilaian, seluruh anggota kelompok tersebut sedapat mungkin diusahakan untuk dapat mencapai konsensus dalam penilaiannya.
2. Dilakukan perhitungan Geometrik Mean, karena ciri *reciprocality* dari matrik yang digunakan dalam proses analisis hirarki ini harus dipertahankan.
3. Geometrik mean ini dapat digunakan untuk menghitung rata-rata penilaian perbandingan pasangan dengan tetap mampertahanakan ciri reciprocality dari matriks tadi.

Teori Geometrik Mean menyatakan jika terdapat n partisipan yang melakukan perbandingan berpasangan, maka akan terdapat n jawaban untuk setiap pasangan. Untuk mendapatkan suatu nilai tertentu dari semua nilai tersebut, masing-masing nilai harus dikalikan satu sama lain, kemudian hasil perkalian dipangkatkan dengan 1/n. Adapun rumus dari Geometrik Mean tersebut adalah (Saaty, 1993):

$$GM = (x_1 . x_2 . x_3 \cdots x_n)^{1/n} \quad \text{.....(2.3)}$$

Dimana: GM : Geometrik Mean

$x_1, x_2, x_3, \cdots, x_n$: bobot penilaian ke 1,2,3,.....,n

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pemilihan metode penelitian merupakan langkah yang harus dipikirkan secara serius dengan mempertimbangkan variabel-variabel penelitian, sumber data, metode pengumpulan data serta alat analisis yang digunakan.

3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan yang dimaksudkan, memiliki arti mengadakan tinjauan pustaka yaitu melihat literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan, serta penyebaran kesioner pendahuluan kepada 100 mahasiswi Universitas Islam Indonesia.

3.2 Identifikasi Permasalahan

Identifikasi masalah dilakukan untuk dapat membuat sebuah struktur hirarki dari permasalahan yang ada. Penyusunan hirarki dibuat berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan dan hasil observasi.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan dan mengumpulkan data yang diperlukan, dapat dilakukan dengan cara:

a. Observasi

Observasi yaitu memperoleh data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan langsung pada obyek penelitian untuk mendapatkan gambaran yang nyata dari masalah yang diamati. Observasi dilakukan di supermarket "Intan Sarana" di Jl. Kaliurang Km 13 dan supermarket "Mitra" di Jl. Kaliurang Km. 14, Jogjakarta.

b. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner diperlukan untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung di beberapa pondokan mahasiswi di sekitar kampus Universitas Islam Indonesia. Metode penyebaran yang digunakan adalah metode acak.

3.4 Penentuan Partisipan

3.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi yang sedang kuliah di Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta yang menggunakan produk pembalut wanita.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Islam Indonesia, yang tinggal di Jl. Kaliurang Km. 12-15, Jogjakarta. Sampel berusia 18–23 tahun. Dari 80 sampel yang digunakan, 33,75% dari jurusan Teknik Industri, 25% dari jurusan Teknik Kimia, 15% dari jurusan Farmasi, 10% dari jurusan Psikologi, 6,25% dari jurusan Teknik Sipil, 6,25% dari jurusan Arsitektur dan 3,75% dari jurusan Kedokteran.

Sampel yang baik adalah sampel yang representatif, artinya jumlah sampel yang ditentukan harus dapat mewakili populasi yang ada. Penentuan jumlah sampel sangat diperlukan karena peneliti tidak dapat menjadikan seluruh konsumen menjadi responden. Hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, biaya, fasilitas dan pikiran. Oleh sebab itu dalam menentukan sampel perlu menggunakan statistik sebagai alat yang ekonomik, karena menyediakan prinsip dan cara yang digunakan untuk mengatasi semua, yaitu dengan rumus error. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus (Arikunto, 2002):

$$E = Z_{\alpha/2}\sqrt{\frac{P(1-P)}{n}} \qquad \text{.....(3.1}$$

dimana:

P : Proporsi sampel

$Z_{\alpha/2}$: nilai z yang berhubungan dengan derajat keyakinan yang dipilih.

E : error

n : jumlah sampel

Karena besarnya proporsi sampel P tidak diketahui, maka P(1-P) juga tidak diketahui. P selalu diantara 0 sampai 1, dengan P maksimum, maka:

$f(P) = P - P^2$

$df(P) / d(P) = 1 - 2P$

$df(P) / d(P)$ maksimal jika $df(P) / d(P) = 0$

$0 = 1 - 2P$

$P = 0,5$

Harga maksimal dari f(P) adalah $P(1-P) = 0,5(1-0,5) = 0,25$. Jadi besarnya sampel jika digunakan tingkat kepercayaan sebesar 90%, E = 10%, α = 10%, maka didapat $Z_{\alpha/2}$ = 1,64 adalah:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 P(1-P)}{E^2}$$

$$= \frac{(1,64)^2 (0,25)}{0,1^2}$$

= 67,24 ≈ 68 sampel, Jadi besarnya sampel minimal adalah 68 sampel.

3.5 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan bantuan software Microsoft Excell 2003. Prosedur dalam pengolahan data adalah sebagai berikut:

a. Perhitungan bobot faktor, sub faktor dan alternatif untuk menentukan peringkat prioritas.

b. Pengujian konsistensi data

   Dilakukan dengan batasan nilai Consistensi Ratio (CR). Apabila kuesioner mempunyai nilai lebih besar dari 0,1 maka responden digugurkan.

Prosedur perhitungan CR ialah (Saaty, 1993):

1. Membuat matrik perbandingan.
2. Mengalikan matrik perbandingan tersebut dengan matrik bobot prioritas.
3. Membagi semua elemen hasil dengan elemen matrik bobot prioritas (misalkan disebut matrik C)
4. Menghitung nilaik *Maximum Eigenvalue*, sebagai berikut:

$$ME = \frac{\sum C}{n} \quad \text{.....(3.2)}$$

5. Menghitung konsistensi index dengan rumus 2.1
6. Menghitung nilai konsistensi rasio dengan rumus 2.2

c. Penentuan prioritas dari keseluruhan responden dengan menggunakan rata-rata geometrik.

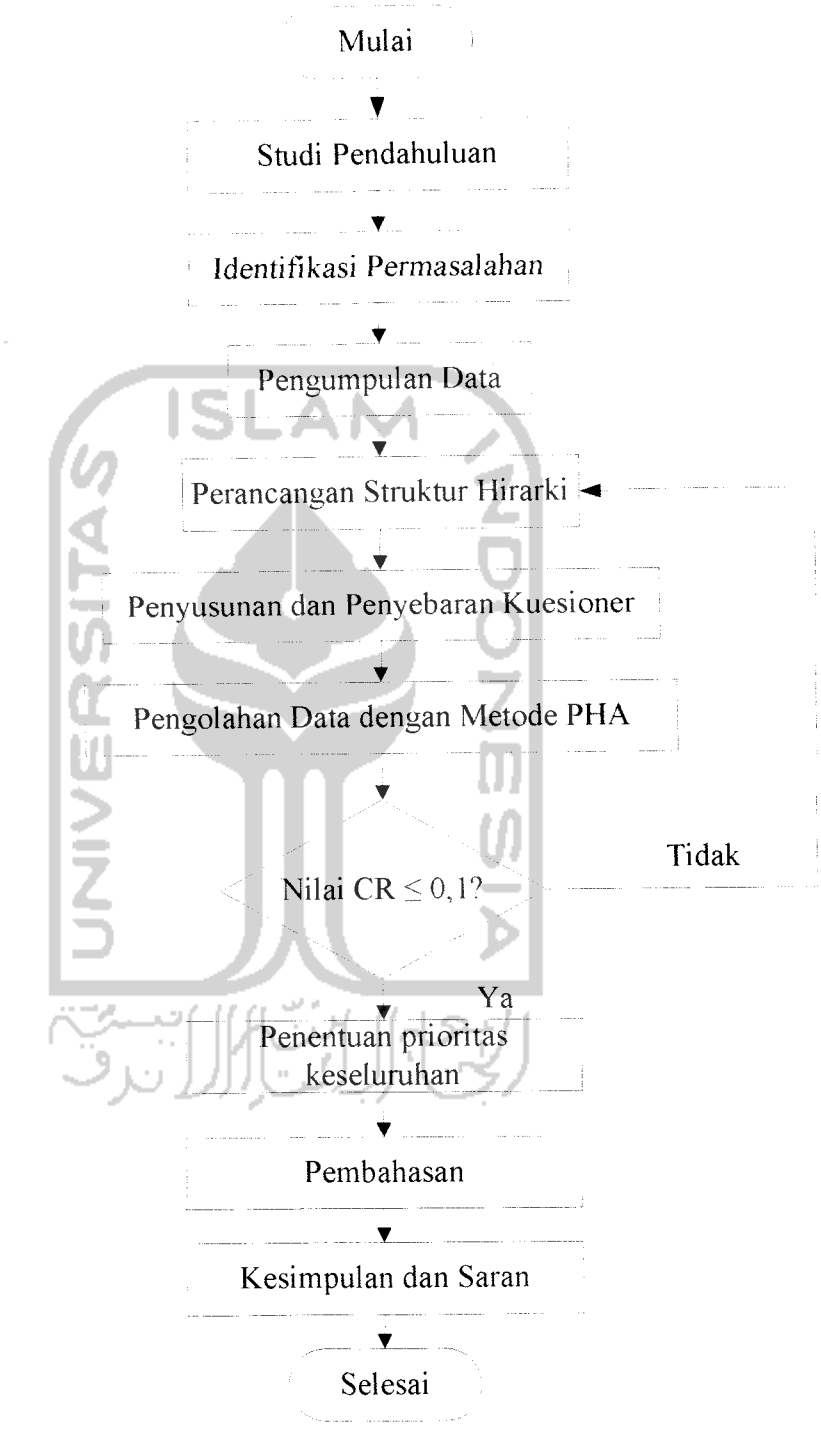
3.6 Pembahasan

Pembahasan dilakukan untuk menganalisis perhitungan yang didapat dari hasil pengolahan data yang berupa bobot prioritas faktor, sub faktor maupun alternatif yang membentuk struktur hirarki dan juga menentukan faktor apa yang memiliki prioritas tertinggi.

3.7 Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir dari penelitian ini adalah penarikan kesimpulan berdasarkan pengolahan dan analisa data. Penarikan kesimpulan berguna untuk merangkum hasil penelitian yang dilakukan. Bagian ini juga dilengkapi dengan saran-saran untuk dapat menyempurnakan hasil penelitian.

3.8 Kerangka Penelitian



Gambar 3.1 Kerangka Penelitian

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Studi Kepustakaan.

   Studi kepustakaan dilakukan dengan cara membaca literatur-literatur yang mendukung serta berkaitan dengan masalah yang diteliti yaitu keinginan konsumen.

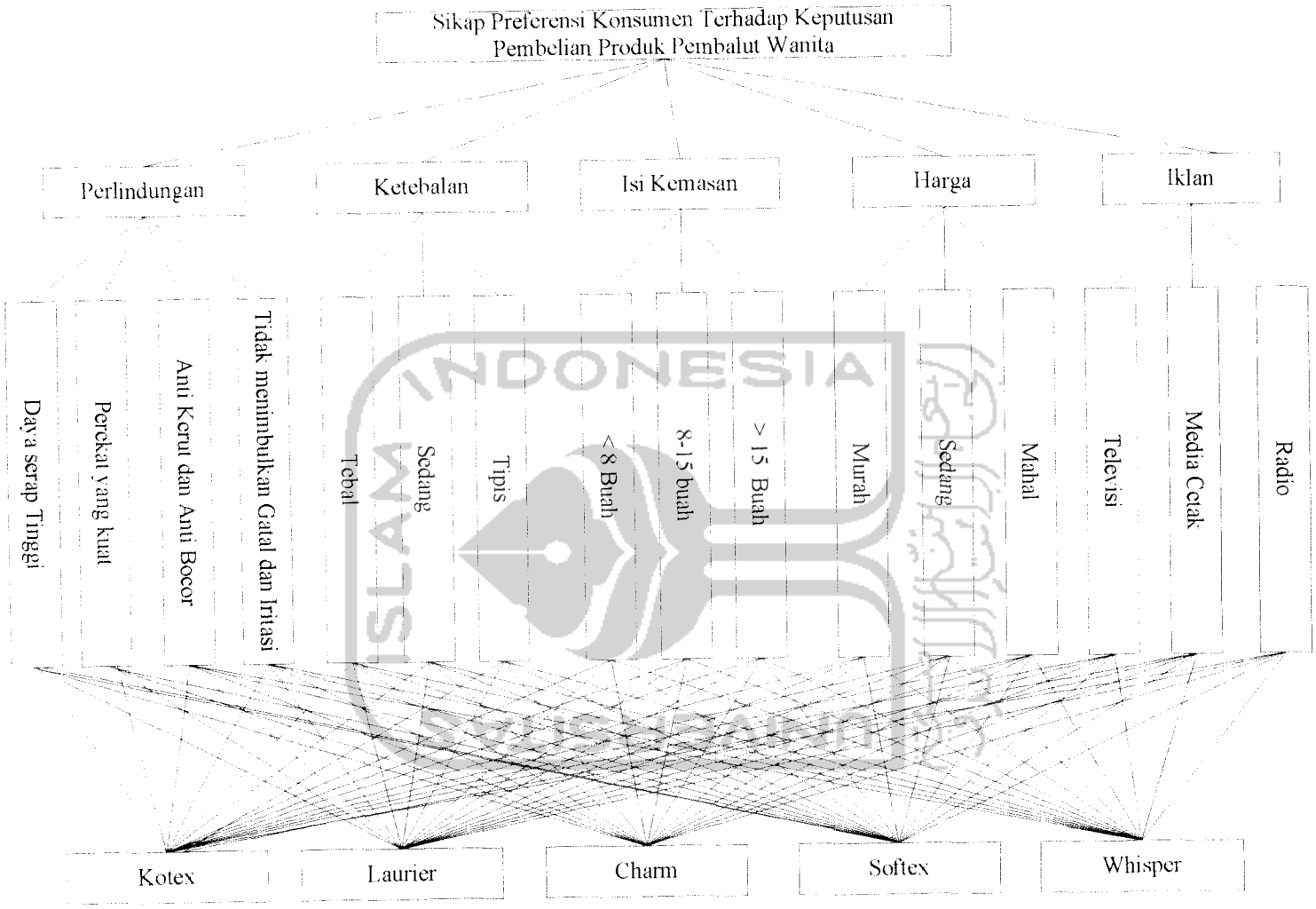
2. Studi lapangan

   a. Observasi di toko-toko yang menjual pembalut wanita, yaitu supermarket "Intan Sarana" di Jl. Kaliurang Km 13 dan "Mitra" di Jl. Kaliurang Km. 14, Jogjakarta.

   b. Penyebaran kuesioner secara acak pada mahasiswi Universitas Islam Indonesia yang tinggal di sekitar Jl. Kaliurang Km. 12 – 15, Jogjakarta. (Lembar Kuesioner ada pada lampiran 1)

4.2 Penyusunan Hirarki

Dalam perhitungan dengan metode PHA, penyusunan suatu masalah dalam suatu hirarki merupakan dasar yang sangat penting. Dari kuesioner, didapatkan lima faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan produk pembalut wanita. Faktor–faktor tersebut kemudian disusun sebagai struktur hirarki proses seperti yang tercantum dalam gambar 4.1



Gambar 4.1 Hirarki Penentuan Preferensi Konsumen

4.3 Pengolahan Data dengan Metode PHA

Input data awal diperoleh dari data kuesioner preferensi responden dengan membentuk matriks berpasangan. Dari matriks tersebut dapat ditentukan nilai eugene vektor atau nilai bobot prioritas dari elemen matriks yang dibandingkan, konsistensi indeks (CI) serta konsistensi rasio (CR). Nilai-nilai tersebut dihitung dari setiap pendapat responden terhadap perbandingan karakteristik elemen (faktor, subfaktor serta alternatif produk).

4.3.1 Perhitungan Bobot Prioritas

Perhitungan bobot prioritas digunakan untuk mengetahui kontribusi masing-masing faktor. Bobot prioritas menunjukkan seberapa besar peran dari masing-masing faktor dan sub faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen prioritas.

4.3.1.1 Bobot Prioritas Faktor

Dari jawaban responden 1 dapat ditabulasikan dan dihitung preferensinya sebagai berikut:

Tabel 4.1 Matrik Jawaban Responden 1

	Perlindungan	Ketebalan	Isi Kemasan	Harga	Iklan
Perlindungan	**1.000**	5.000	7.000	5.000	7.000
Ketebalan	0.200	**1.000**	5.000	5.000	5.000
Isi Kemasan	0.143	0.200	**1.000**	1.000	3.000
Harga	0.200	0.200	1.000	**1.000**	1.000
iklan	0.143	0.200	0.333	1.000	**1.000**
Jumlah	1.686	6.600	14.333	13.000	17.000

Dari jawaban responden dapat dibentuk matrik untuk mendapatkan bobot prioritas dengan membandingkan nilai setiap sel dengan total perkolom. Setelah itu pada setiap faktor horisontal dijumlahkan dan dicari bobot prioritasnya (rerata). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada table 4.2

Tabel 4.2 Tabel Bobot Prioritas Responden 1

	Perlindungan	Ketebalan	Isi Kemasan	Harga	Iklan	Jumlah	Bobot
Perlindungan	0.593220339	0.75757576	0.488372093	0.38461538	0.411764706	2.635548	0.52711
Ketebalan	0.118644068	0.15151515	0.348837209	0.38461538	0.294117647	1.297729	0.259546
Isi Kemasan	0.084745763	0.03030303	0.069767442	0.07692308	0.176470588	0.43821	0.087642
Harga	0.118644068	0.03030303	0.069767442	0.07692308	0.058823529	0.354461	0.070892
iklan	0.084745763	0.03030303	0.023255814	0.07692308	0.058823529	0.274051	0.05481
	1	1	1	1	1		

Contoh perhitungan bobot prioritas:

Nilai sel $= \frac{1}{1.6857} = 0.593220339$

Jumlah baris $= 0.593220339 + 0.75757576 + 0.488372093 + 0.38461538 + 0.411764706$

$= 2.635548$

Bobot prioritas $= \frac{2.635548}{5} = 0.52711$

Rekapitulasi dari hasil perhitungan bobot prioritas masing-masing faktor dalam hirarki dapat dilihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3 Rekapitulasi Bobot Prioritas Faktor

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS				
	PERLINDUNGAN	KETEBALAN	ISI KEMASAN	HARGA	IKLAN
1	0.527109656	0.259545892	0.08764198	0.070892229	0.054810243
2	0.382133056	0.137619097	0.086162919	0.340753745	0.053331182
3	0.399514722	0.180295101	0.06251164	0.295166896	0.06251164
4	0.480151206	0.235676504	0.053183054	0.167293559	0.063695676
5	0.395868132	0.258725275	0.136058608	0.136058608	0.073289377
6	0.479516652	0.110718145	0.081088516	0.247588172	0.081088516
7	0.323259471	0.286895834	0.104199064	0.188993737	0.096651894
8	0.468364906	0.13604741	0.067027803	0.251325255	0.077234625
9	0.384615385	0.076923077	0.076923077	0.384615385	0.076923077
10	0.323996265	0.235107376	0.064799253	0.235107376	0.140989729
11	0.391410486	0.167446184	0.047959091	0.29384951	0.099334729
12	0.571996848	0.070618135	0.094147547	0.207313641	0.055923829
13	0.38940927	0.241609705	0.061363421	0.24198372	0.065633884
14	0.472507342	0.196477893	0.063241293	0.209351457	0.058422015
15	0.535217632	0.217967645	0.043681739	0.155612473	0.047520511
16	0.459188729	0.183715536	0.041864172	0.240677054	0.074554508
17	0.332670794	0.142346288	0.07332668	0.36218951	0.089466727
18	0.393980165	0.199580347	0.057557095	0.287785475	0.061096918
19	0.546522991	0.226996475	0.065680052	0.114645475	0.046155006
20	0.521139269	0.264315391	0.092617008	0.071564377	0.050363956
23	0.384615385	0.076923077	0.076923077	0.384615385	0.076923077
24	0.528091176	0.142534521	0.049376572	0.227823955	0.052173775
25	0.316649696	0.246637456	0.087444772	0.295597065	0.053671011
26	0.523809067	0.170644166	0.057195371	0.194173578	0.054177817
27	0.342358413	0.342358413	0.129805746	0.129805746	0.055671683
28	0.534237068	0.198075484	0.046126791	0.183260669	0.038299988
29	0.344148993	0.270074919	0.068650643	0.250229958	0.066895487
30	0.510892034	0.153427164	0.075633711	0.213629277	0.046417814
31	0.446555271	0.162735081	0.051576534	0.280312077	0.058821036
32	0.536282759	0.183046026	0.048812595	0.183046026	0.048812595
33	0.264359671	0.163605524	0.045028797	0.401136333	0.125869675
34	0.382133056	0.137619097	0.086162919	0.340753745	0.053331182
35	0.332670794	0.142346288	0.07332668	0.36218951	0.089466727
36	0.392470566	0.350365303	0.051440272	0.154283587	0.051440272
37	0.56710941	0.1591892	0.054118633	0.166206744	0.053376013

Lanjutan Tabel 4.3 Rekapitulasi Bobot Prioritas Faktor

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS				
	PERLINDUNGAN	KETEBALAN	ISI KEMASAN	HARGA	IKLAN
38	0.391410486	0.167446184	0.047959091	0.29384951	0.099334729
39	0.509557389	0.27103688	0.062856025	0.104961288	0.051588419
40	0.541076689	0.215981103	0.049525372	0.102039996	0.09137684
41	0.294117647	0.294117647	0.058823529	0.294117647	0.058823529
45	0.344148993	0.270074919	0.068650643	0.250229958	0.066895487
46	0.449703461	0.1320473	0.055298416	0.280645126	0.082305697
47	0.332549885	0.332549885	0.085307709	0.186429284	0.063163235
48	0.510892034	0.153427164	0.075633711	0.213629277	0.046417814
50	0.384615385	0.076923077	0.076923077	0.384615385	0.076923077
51	0.383166831	0.213996787	0.057469653	0.287348263	0.058018467
52	0.264359671	0.163605524	0.045028797	0.401136333	0.125869675
53	0.377387934	0.335429892	0.049392045	0.155245924	0.082544204
54	0.443845012	0.253210443	0.079678093	0.163100553	0.060165898
55	0.411954843	0.2298673	0.070215884	0.2298673	0.058094672
56	0.521139269	0.264315391	0.092617008	0.071564377	0.050363956
57	0.45667646	0.223871174	0.084150188	0.149429487	0.085872691
60	0.487178646	0.284498145	0.069511876	0.095049234	0.063762099
61	0.446555271	0.162735081	0.051576534	0.280312077	0.058821036
62	0.299741028	0.273074362	0.059948206	0.299741028	0.067495376
63	0.316649696	0.246637456	0.087444772	0.295597065	0.053671011
64	0.402089081	0.355134485	0.090736703	0.096377423	0.055662308
65	0.399514722	0.180295101	0.06251164	0.295166896	0.06251164
66	0.561208115	0.21583952	0.055699165	0.096904453	0.070348748
67	0.459188729	0.183715536	0.041864172	0.240677054	0.074554508
68	0.542747966	0.141110997	0.051092256	0.19444433	0.070604451
69	0.536282759	0.183046026	0.048812595	0.183046026	0.048812595
70	0.323996265	0.235107376	0.064799253	0.235107376	0.140989729
72	0.534237068	0.198075484	0.046126791	0.183260669	0.038299988
73	0.307390649	0.21918552	0.067631976	0.307390649	0.098401207
74	0.395868132	0.258725275	0.136058608	0.136058608	0.073289377
75	0.354251813	0.385021044	0.077004209	0.107773439	0.075949495
76	0.382133056	0.137619097	0.086162919	0.340753745	0.053331182
77	0.280420692	0.218882231	0.056084138	0.3885288	0.056084138
78	0.38940927	0.241609705	0.061363421	0.24198372	0.065633884
79	0.402089081	0.355134485	0.090736703	0.096377423	0.055662308

4.3.1.2 Bobot Prioritas Sub Faktor

Perhitungan bobot prioritas sub faktor sama dengan perhitungan bobot prioritas kriteria. Berikut ini adalah rekapitulasi hasil perhitungan bobot prioritas masing-masing sub faktor:

Tabel 4.4 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Perlindungan

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS			
	DST	PK	AKAB	TMGI
1	0.303011134	0.060602227	0.39916498	0.23722166
2	0.125	0.125	0.625	0.125
3	0.074767712	0.080865273	0.44004065	0.404326365
4	0.102083333	0.152083333	0.460416667	0.285416667
5	0.086403509	0.099561404	0.382017544	0.432017544
6	0.089838435	0.084736395	0.576743197	0.248681973
7	0.241666667	0.191666667	0.325	0.241666667
8	0.179166667	0.129166667	0.3875	0.304166667
9	0.186620671	0.065679113	0.442031926	0.30566829
10	0.099561404	0.086403509	0.382017544	0.432017544
11	0.081845238	0.141369048	0.436011905	0.34077381
12	0.067613636	0.279545455	0.342045455	0.310795455
13	0.152083333	0.102083333	0.460416667	0.285416667
14	0.179166667	0.129166667	0.304166667	0.3875
15	0.083982684	0.101839827	0.330627706	0.483549784
16	0.097916667	0.210416667	0.48125	0.210416667
17	0.097344322	0.078113553	0.405128205	0.419413919
18	0.171590909	0.098863636	0.607954545	0.121590909
19	0.097916667	0.210416667	0.210416667	0.48125
20	0.275332562	0.07220937	0.245257374	0.407200694
23	0.099561404	0.086403509	0.382017544	0.432017544
24	0.177083333	0.177083333	0.40625	0.239583333
25	0.065679113	0.186620671	0.442031926	0.30566829
26	0.120394737	0.107236842	0.411184211	0.361184211
27	0.157236842	0.120394737	0.298684211	0.423684211
28	0.30566829	0.065679113	0.442031926	0.186620671
29	0.133012821	0.133012821	0.581730769	0.15224359
30	0.083982684	0.101839827	0.483549784	0.330627706
31	0.096703297	0.096703297	0.251648352	0.554945055

Lanjutan Tabel 4.4 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Perlindungan

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS			
	DST	PK	AKAB	TMGI
32	0.332291667	0.086458333	0.290625	0.290625
33	0.129166667	0.179166667	0.304166667	0.3875
34	0.075760314	0.079049788	0.510380519	0.334809379
35	0.125	0.125	0.125	0.625
36	0.086403509	0.099561404	0.432017544	0.382017544
37	0.133012821	0.133012821	0.581730769	0.15224359
38	0.081845238	0.141369048	0.436011905	0.34077381
39	0.186620671	0.065679113	0.30566829	0.442031926
40	0.129166667	0.179166667	0.3875	0.304166667
41	0.191542832	0.076668124	0.559476981	0.172312063
45	0.102083333	0.102083333	0.447916667	0.347916667
46	0.152566184	0.074893856	0.421984266	0.350555694
47	0.191666667	0.241666667	0.325	0.241666667
48	0.11110862	0.059055177	0.399293101	0.430543101
50	0.211466165	0.068843985	0.312969925	0.406719925
51	0.065988836	0.077801037	0.535386762	0.320823365
52	0.129166667	0.179166667	0.304166667	0.3875
53	0.12900641	0.090544872	0.231570513	0.548878205
54	0.129166667	0.179166667	0.304166667	0.3875
55	0.068843985	0.211466165	0.312969925	0.406719925
56	0.275332562	0.07220937	0.407200694	0.245257374
59	0.241666667	0.191666667	0.325	0.241666667
60	0.120394737	0.107236842	0.411184211	0.361184211
61	0.25849359	0.086698718	0.375480769	0.279326923
62	0.155153509	0.234100877	0.442434211	0.168311404
63	0.065679113	0.186620671	0.442031926	0.30566829
64	0.169070513	0.130608974	0.449519231	0.250801282
65	0.074767712	0.080865273	0.44004065	0.404326365
66	0.30625	0.14375	0.30625	0.24375
67	0.097916667	0.210416667	0.48125	0.210416667
68	0.179166667	0.129166667	0.304166667	0.3875
69	0.325	0.191666667	0.241666667	0.241666667
70	0.099561404	0.086403509	0.382017544	0.432017544
72	0.30566829	0.065679113	0.442031926	0.186620671
73	0.161458333	0.130208333	0.223958333	0.484375

Lanjutan Tabel 4.4 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Perlindungan

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS			
	DST	PK	AKAB	TMGI
74	0.086403509	0.099561404	0.382017544	0.432017544
75	0.09375	0.09375	0.21875	0.59375
76	0.125	0.125	0.625	0.125
77	0.186620671	0.065679113	0.442031926	0.30566829
78	0.152083333	0.102083333	0.460416667	0.285416667
79	0.169070513	0.130608974	0.449519231	0.250801282

Keterangan:

DST : Daya serap tinggi

PK : Perekat yang kuat

AKAB : Anti kerut dan anti bocor

TMGI : Tidak menimbulkan gatal dan iritasi

Tabel 4.5 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Ketebalan

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS		
	TEBAL	SEDANG	TIPIS
1	0.073772106	0.643388869	0.282839025
2	0.643388869	0.282839025	0.073772106
3	0.435275835	0.078166278	0.486557887
4	0.106156324	0.63334572	0.260497956
5	0.157763975	0.186749482	0.655486542
6	0.643388869	0.282839025	0.073772106
7	0.723506057	0.19318606	0.083307883
8	0.260497956	0.63334572	0.106156324
9	0.19318606	0.723506057	0.083307883
10	0.142857143	0.714285714	0.142857143
11	0.120117078	0.745581448	0.134301475
12	0.655486542	0.186749482	0.157763975
13	0.63334572	0.260497956	0.106156324
14	0.428571429	0.365079365	0.206349206

Lanjutan Tabel 4.5 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Ketebalan

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS		
	TEBAL	SEDANG	TIPIS
15	0.073772106	0.282839025	0.643388869
16	0.157763975	0.655486542	0.186749482
17	0.655486542	0.186749482	0.157763975
18	0.2	0.6	0.2
19	0.157763975	0.655486542	0.186749482
20	0.090909091	0.454545455	0.454545455
23	0.134301475	0.745581448	0.120117078
24	0.47955748	0.405483405	0.114959115
25	0.19318606	0.723506057	0.083307883
26	0.63334572	0.260497956	0.106156324
27	0.47955748	0.405483405	0.114959115
28	0.723506057	0.19318606	0.083307883
29	0.47955748	0.405483405	0.114959115
30	0.201412067	0.707060334	0.091527599
31	0.114959115	0.405483405	0.47955748
32	0.078166278	0.486557887	0.435275835
33	0.260497956	0.63334572	0.106156324
34	0.078166278	0.435275835	0.486557887
35	0.655486542	0.186749482	0.157763975
36	0.142857143	0.714285714	0.142857143
37	0.073772106	0.643388869	0.282839025
38	0.120117078	0.745581448	0.134301475
39	0.142857143	0.714285714	0.142857143
40	0.405483405	0.47955748	0.114959115
41	0.723506057	0.19318606	0.083307883
45	0.47955748	0.405483405	0.114959115
46	0.668696895	0.243100985	0.08820212
47	0.150893106	0.247364443	0.601742451
48	0.201412067	0.707060334	0.091527599
50	0.201412067	0.707060334	0.091527599
51	0.073772106	0.643388869	0.282839025
52	0.260497956	0.63334572	0.106156324
53	0.114959115	0.47955748	0.405483405
54	0.134301475	0.745581448	0.120117078
55	0.142857143	0.714285714	0.142857143

Lanjutan Tabel 4.5 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Ketebalan

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS		
	TEBAL	SEDANG	TIPIS
56	0.073772106	0.643388869	0.282839025
59	0.73797054	0.167594108	0.094435352
60	0.47955748	0.405483405	0.114959115
61	0.668696895	0.243100985	0.08820212
62	0.080687831	0.626984127	0.292328042
63	0.19318606	0.723506057	0.083307883
64	0.63334572	0.260497956	0.106156324
65	0.435275835	0.078166278	0.486557887
66	0.723506057	0.19318606	0.083307883
67	0.157763975	0.655486542	0.186749482
68	0.083307883	0.723506057	0.19318606
69	0.078166278	0.486557887	0.435275835
70	0.157763975	0.655486542	0.186749482
72	0.723506057	0.19318606	0.083307883
73	0.114959115	0.405483405	0.47955748
74	0.157763975	0.186749482	0.655486542
75	0.2	0.6	0.2
76	0.643388869	0.282839025	0.073772106
77	0.685065711	0.178972521	0.135961768
78	0.63334572	0.260497956	0.106156324
79	0.63334572	0.260497956	0.106156324

Tabel 4.6 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Isi Kemasan

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS		
	< 8	8 - 15	> 15
1	0.114959115	0.47955748	0.405483405
2	0.405483405	0.47955748	0.114959115
3	0.157763975	0.655486542	0.186749482
4	0.106156324	0.63334572	0.260497956
5	0.142857143	0.142857143	0.714285714
6	0.435275835	0.486557887	0.078166278
7	0.134301475	0.745581448	0.120117078
8	0.2	0.6	0.2
9	0.157763975	0.655486542	0.186749482

Lanjutan Tabel 4.6 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Isi Kemasan

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS		
	< 8	8 - 15	> 15
10	0.083307883	0.723506057	0.19318606
11	0.186749482	0.655486542	0.157763975
12	0.114959115	0.47955748	0.405483405
13	0.19318606	0.723506057	0.083307883
14	0.157763975	0.655486542	0.186749482
15	0.083307883	0.723506057	0.19318606
16	0.111111111	0.777777778	0.111111111
17	0.63334572	0.260497956	0.106156324
18	0.142857143	0.714285714	0.142857143
19	0.19318606	0.723506057	0.083307883
20	0.134301475	0.745581448	0.120117078
23	0.157763975	0.655486542	0.186749482
24	0.120117078	0.745581448	0.134301475
25	0.134301475	0.745581448	0.120117078
26	0.186749482	0.655486542	0.157763975
27	0.182234432	0.702838828	0.11492674
28	0.120117078	0.134301475	0.745581448
29	0.405483405	0.47955748	0.114959115
30	0.134301475	0.745581448	0.120117078
31	0.655486542	0.186749482	0.157763975
32	0.114959115	0.47955748	0.405483405
33	0.142857143	0.714285714	0.142857143
34	0.106156324	0.63334572	0.260497956
35	0.428571429	0.428571429	0.142857143
36	0.19318606	0.723506057	0.083307883
37	0.157763975	0.655486542	0.186749482
38	0.178972521	0.685065711	0.135961768
39	0.114959115	0.405483405	0.47955748
40	0.120117078	0.745581448	0.134301475
41	0.135961768	0.685065711	0.178972521
45	0.524675325	0.333766234	0.141558442
46	0.19318606	0.723506057	0.083307883
47	0.142857143	0.714285714	0.142857143
48	0.134301475	0.745581448	0.120117078
50	0.157763975	0.655486542	0.186749482

Lanjutan Tabel 4.6 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Isi Kemasan

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS		
	< 8	8 - 15	> 15
51	0.083307883	0.723506057	0.19318606
52	0.142857143	0.714285714	0.142857143
53	0.180402113	0.748164414	0.071433473
54	0.106156324	0.63334572	0.260497956
55	0.114959115	0.47955748	0.405483405
56	0.134301475	0.745581448	0.120117078
59	0.157763975	0.655486542	0.186749482
60	0.142857143	0.714285714	0.142857143
61	0.134301475	0.745581448	0.120117078
62	0.122619048	0.557142857	0.320238095
63	0.134301475	0.745581448	0.120117078
64	0.083307883	0.723506057	0.19318606
65	0.170168067	0.228991597	0.600840336
66	0.435275835	0.486557887	0.078166278
67	0.091527599	0.707060334	0.201412067
68	0.106156324	0.260497956	0.63334572
69	0.114959115	0.47955748	0.405483405
70	0.655486542	0.186749482	0.157763975
72	0.120117078	0.134301475	0.745581448
73	0.6	0.2	0.2
74	0.11492674	0.182234432	0.702838828
75	0.182234432	0.702838828	0.11492674
76	0.454545455	0.454545455	0.090909091
77	0.745581448	0.134301475	0.120117078
78	0.19318606	0.723506057	0.083307883
79	0.083307883	0.723506057	0.19318606

Tabel 4.7 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Harga

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS		
	MURAH	SEDANG	MAHAL
1	0.668864469	0.267399267	0.063736264
2	0.668864469	0.267399267	0.063736264
3	0.489920881	0.450705194	0.059373925
4	0.668864469	0.267399267	0.063736264
5	0.643388869	0.282839025	0.073772106
6	0.643388869	0.282839025	0.073772106
7	0.723506057	0.19318606	0.083307883
8	0.486557887	0.435275835	0.078166278
9	0.735189669	0.199418886	0.065391445
10	0.723506057	0.19318606	0.083307883
11	0.643388869	0.282839025	0.073772106
12	0.643388869	0.282839025	0.073772106
13	0.63334572	0.260497956	0.106156324
14	0.47955748	0.405483405	0.114959115
15	0.735189669	0.199418886	0.065391445
16	0.643388869	0.282839025	0.073772106
17	0.668696895	0.243100985	0.08820212
18	0.668864469	0.267399267	0.063736264
19	0.510533911	0.389321789	0.1001443
20	0.486557887	0.435275835	0.078166278
23	0.723506057	0.19318606	0.083307883
24	0.486557887	0.435275835	0.078166278
25	0.47955748	0.405483405	0.114959115
26	0.745581448	0.134301475	0.120117078
27	0.668696895	0.243100985	0.08820212
28	0.648619129	0.294637749	0.056743122
29	0.486557887	0.435275835	0.078166278
30	0.668864469	0.267399267	0.063736264
31	0.643388869	0.282839025	0.073772106
32	0.486557887	0.435275835	0.078166278
33	0.643388869	0.282839025	0.073772106
34	0.668864469	0.267399267	0.063736264
35	0.668696895	0.243100985	0.08820212
36	0.509409888	0.420520999	0.070069112

Lanjutan Tabel 4.7 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Harga

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS		
	MURAH	SEDANG	MAHAL
37	0.643388869	0.282839025	0.073772106
38	0.643388869	0.282839025	0.073772106
39	0.63334572	0.260497956	0.106156324
40	0.509409888	0.420520999	0.070069112
41	0.648619129	0.294637749	0.056743122
45	0.486557887	0.435275835	0.078166278
46	0.701308216	0.236438165	0.062253619
47	0.63334572	0.260497956	0.106156324
48	0.668864469	0.267399267	0.063736264
50	0.680349063	0.250592545	0.069058393
51	0.748164414	0.180402113	0.071433473
52	0.643388869	0.282839025	0.073772106
53	0.498148148	0.414814815	0.087037037
54	0.765059799	0.128769536	0.106170665
55	0.668864469	0.267399267	0.063736264
56	0.486557887	0.435275835	0.078166278
59	0.648619129	0.294637749	0.056743122
60	0.736952444	0.186279378	0.076768178
61	0.643388869	0.282839025	0.073772106
62	0.632473118	0.29812596	0.069400922
63	0.47955748	0.405483405	0.114959115
64	0.748164414	0.180402113	0.071433473
65	0.570575318	0.363065437	0.066359245
66	0.723506057	0.19318606	0.083307883
67	0.701437451	0.213238151	0.085324398
68	0.454545455	0.454545455	0.090909091
69	0.486557887	0.435275835	0.078166278
70	0.723506057	0.19318606	0.083307883
72	0.648619129	0.294637749	0.056743122
73	0.643388869	0.282839025	0.073772106
74	0.476068376	0.452258852	0.071672772
75	0.668696895	0.243100985	0.08820212
76	0.668864469	0.267399267	0.063736264
77	0.595488352	0.346763784	0.057747864
78	0.63334572	0.260497956	0.106156324
79	0.748164414	0.180402113	0.071433473

Tabel 4..8 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Iklan

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS		
	TV	MEDIA CETAK	RADIO
1	0.745581448	0.120117078	0.134301475
2	0.655486542	0.157763975	0.186749482
3	0.63334572	0.260497956	0.106156324
4	0.47955748	0.114959115	0.405483405
5	0.655486542	0.157763975	0.186749482
6	0.665070243	0.103847382	0.231082375
7	0.655486542	0.186749482	0.157763975
8	0.714285714	0.142857143	0.142857143
9	0.643388869	0.073772106	0.282839025
10	0.655545014	0.079643685	0.264811301
11	0.655486542	0.186749482	0.157763975
12	0.47955748	0.114959115	0.405483405
13	0.655486542	0.157763975	0.186749482
14	0.63334572	0.106156324	0.260497956
15	0.655486542	0.186749482	0.157763975
16	0.643388869	0.282839025	0.073772106
17	0.714285714	0.142857143	0.142857143
18	0.723506057	0.083307883	0.19318606
19	0.714285714	0.142857143	0.142857143
20	0.714285714	0.142857143	0.142857143
23	0.707060334	0.201412067	0.091527599
24	0.668696895	0.243100985	0.08820212
25	0.777777778	0.111111111	0.111111111
26	0.702838828	0.182234432	0.11492674
27	0.655486542	0.157763975	0.186749482
28	0.723506057	0.083307883	0.19318606
29	0.714285714	0.142857143	0.142857143
30	0.777777778	0.111111111	0.111111111
31	0.668696895	0.08820212	0.243100985
32	0.723506057	0.083307883	0.19318606
33	0.573626374	0.13992674	0.286446886
34	0.668864469	0.267399267	0.063736264
35	0.714285714	0.142857143	0.142857143
36	0.714285714	0.142857143	0.142857143
37	0.714285714	0.142857143	0.142857143

Lanjutan Tabel 4..8 Rekapitulasi Bobot Prioritas Sub Faktor Iklan

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS		
	TV	MEDIA CETAK	RADIO
38	0.723506057	0.083307883	0.19318606
39	0.63334572	0.106156324	0.260497956
40	0.745581448	0.120117078	0.134301475
41	0.723506057	0.19318606	0.083307883
45	0.655486542	0.157763975	0.186749482
46	0.63334572	0.106156324	0.260497956
47	0.767102397	0.14291939	0.089978214
48	0.777777778	0.111111111	0.111111111
50	0.643388869	0.073772106	0.282839025
51	0.665070243	0.103847382	0.231082375
52	0.573626374	0.13992674	0.286446886
53	0.655486542	0.157763975	0.186749482
54	0.581263617	0.109586057	0.309150327
55	0.714285714	0.142857143	0.142857143
56	0.63334572	0.106156324	0.260497956
59	0.745581448	0.120117078	0.134301475
60	0.655486542	0.157763975	0.186749482
61	0.619352089	0.096419437	0.284228474
62	0.739393939	0.081818182	0.178787879
63	0.777777778	0.111111111	0.111111111
64	0.723506057	0.19318606	0.083307883
65	0.748164414	0.180402113	0.071433473
66	0.745581448	0.134301475	0.120117078
67	0.73797054	0.167594108	0.094435352
68	0.655486542	0.157763975	0.186749482
69	0.777777778	0.111111111	0.111111111
70	0.466329966	0.100673401	0.432996633
72	0.723506057	0.083307883	0.19318606
73	0.692307692	0.230769231	0.076923077
74	0.690202518	0.160645868	0.149151615
75	0.47955748	0.114959115	0.405483405
76	0.548484848	0.210606061	0.240909091
77	0.665070243	0.231082375	0.103847382
78	0.655486542	0.157763975	0.186749482
79	0.723506057	0.19318606	0.083307883

4.3.1.3 Bobot Prioritas Alternatif

Berikut ini adalah contoh perhitungan bobot prioritas alternatif pada responden 1:

a. Bobot Faktor, Sub Faktor dan Alternatif Produk

Tabel 4.9 Bobot Faktor, Sub Faktor dan Alternatif Produk Responden 1

Faktor	Sub Faktor	Alternatif
Perlindungan 0.52711	Daya Serap Tinggi (1) 0.303011134	Kotex 0.212768
		Laurier 0.312252
		Charm 0.149026
		Softex 0.052918
		Whisper 0.273036
	Perekat yang Kuat (2) 0.060602227	Kotex 0.212768
		Laurier 0.312252
		Charm 0.149026
		Softex 0.052918
		Whisper 0.273036
	Anti Kerut dan Anti Boor 0.399164980	Kotex 0.230769
		Laurier 0.230769
		Charm 0.230769
		Softex 0.076923
		Whisper 0.230769
	Tidak Menimbulkan Gatal dan Iritasi (3) 0.237221660	Kotex 0.326711
		Laurier 0.288862
		Charm 0.108904
		Softex 0.07555
		Whisper 0.199973

Lanjutan Tabel 4.9 Bobot Faktor, Sub Faktor dan Alternatif Produk Responden 1

Faktor	Sub Faktor	Alternatif
Ketebalan 0.2595	Tebal (1) 0.073772	Kotex 0.261645
		Laurier 0.282424
		Charm 0.114459
		Softex 0.152554
		Whisper 0.188918
	Sedang (2) 0.643389	Kotex 0.496408
		Laurier 0.247327
		Charm 0.132813
		Softex 0.061726
		Whisper 0.061726
	Tipis (3) 0.282839	Kotex 0.479722
		Laurier 0.233644
		Charm 0.109735
		Softex 0.066346
		Whisper 0.110553

Lanjutan Tabel 4.9 Bobot Faktor, Sub Faktor dan Alternatif Produk Responden 1

Faktor	Sub Faktor	Alternatif
Isi Kemasan 0.087642	< 8 (1) 0.114959	Kotex 0.534475
		Laurier 0.179622
		Charm 0.089504
		Softex 0.106895
		Whisper 0.089504
	8 – 15 (2) 0.479557	Kotex 0.544242
		Laurier 0.145212
		Charm 0.092848
		Softex 0.108848
		Whisper 0.108848
	> 15 (3) 0.405483	Kotex 0.532208
		Laurier 0.16798
		Charm 0.106442
		Softex 0.106442
		Whisper 0.086929

Lanjutan Tabel 4.9 Bobot Faktor, Sub Faktor dan Alternatif Produk Responden 1

Harga 0.070892	Murah 0.668864469	Kotex 0.35507
		Laurier 0.179526
		Charm 0.179526
		Softex 0.243429
		Whisper 0.042449
	Sedang 0.267399267	Kotex 0.295949
		Laurier 0.188347
		Charm 0.188347
		Softex 0.196427
		Whisper 0.13093
	Mahal 0.063736264	Kotex 0.365738
		Laurier 0.143402
		Charm 0.143402
		Softex 0.096005
		Whisper 0.251452

Lanjutan Tabel 4.9 Bobot Faktor, Sub Faktor dan Alternatif Produk Responden 1

Faktor	Sub Faktor	Alternatif
Iklan 0.05481	Tv (1) 0.745581448	Kotex 0.365738
		Laurier 0.243429
		Charm 0.17903
		Softex 0.157977
		Whisper 0.052138
	Media Cetak (2) 0.120117078	Kotex 0.26871
		Laurier 0.26871
		Charm 0.247377
		Softex 0.147983
		Whisper 0.067221
	Radio (3) 0.134301475	Kotex 0.365738
		Laurier 0.2
		Charm 0.2
		Softex 0.2
		Whisper 0.2

b. Kelompokkan bobot sub faktor untuk masing-masing faktor dan masukan bobot faktor diatas kolom-kolom tersebut (Tabel 4.10), kalikan setiap kolom dengan bobot faktor yang bersangkutan untuk memperoleh bobot sub faktor terbobot dari masing-masing faktor (Tabel 4.11)

Tabel 4.10 Bobot Faktor dengan Subfaktor Responden 1

Sub faktor	Perlindungan (0.52711)	Ketebalan (0.259546)	Isi Kemasan (0.087642)	Harga (0.070892)	Iklan (0.05481)
1	0.303011134	0.073772	0.114959	0.668864469	0.745581448
2	0.060602227	0.643389	0.479557	0.267399267	0.120117078
3	0.399164980	0.282839	0.405483	0.063736264	0.134301475
4	0.237221660				

Tabel 4.11 Hasil kali Bobot Prioritas dengan Bobot Sub Faktor Responden 1

Sub faktor	Perlindungan	Ketebalan	Isi Kemasan	Harga	Iklan
1	0.15972	0.019147	0.010075	**0.047417**	**0.040865**
2	0.031944	**0.166989**	**0.042029**	0.018956	0.006584
3	**0.210404**	0.07341	0.035537	0.004518	0.007361
4	0.125042				

c. Pilih unsur dengan bobot tertinggi untuk memilih sub faktor yang diinginkan, kemudian jumlahkan baris ini!

Bobot Sub Faktor	3-Perlindungan	2-Ketebalan	2-Isi Kemasan	1-Harga	1-Iklan	Jumlah
	0.210404	0.166989	0.042029	0.047417	0.040865	0.507704

d. Bagi setiap entri dengan jumlah tersebut untuk mendapatkan vektor yang ternormalisasi dari setiap sub faktor yang disenangi!

Bobot Sub Faktor	3-Perlindungan	2-Ketebalan	2-Isi Kemasan	1-Harga	Iklan
	0.414422577	0.328910152	0.082782487	0.09339497	0.080489813

e. Kelompokkan bobot alternatif produk dalam kolom-kolom dan kemudian masukkan bobot sub faktor yang dinormalisasi ke atas kolom tersebut (Tabel 4.12).

Tabel 4.12 Sub Faktor Terbobot dengan Prioritas Alternatif Responden 1

Bobot Alternatif	Perlindungan 0.414422577	Ketebalan 0.328910152	Isi Kemasan 0.082782487	Harga 0.09339497	Iklan 0.080489813
Kotex	0.326711	0.479722	0.532208	0.355069952	0.431826
Laurier	0.288862	0.233644	0.16798	0.179526066	0.17903
Charm	0.108904	0.109735	0.106442	0.179526066	0.17903
Softex	0.07555	0.066346	0.106442	0.243428998	0.157977
Whisper	0.199973	0.110553	0.086929	0.042448918	0.052138

f. Kalikan bobot alternatif produk dengan bobot sub faktor yang dinormalisasi untuk mendapatkan persepsi sifat menyeluruh terbobot (Tabel 4.13)

Tabel 4.13 Hasil Kali Sub Faktor Terbobot dengan Prioritas Alternatif Responden

Bobot Alternatif	Perlindungan	Ketebalan	Isi Kemasan	Harga	Iklan
Kotex	0.135396415	0.157785436	0.044057502	0.033161748	0.034757594
Laurier	0.119710934	0.076847884	0.013905802	0.016766832	0.014410091
Charm	0.045132276	0.036092956	0.008811534	0.016766832	0.014410091
Softex	0.031309626	0.021821873	0.008811534	0.022735044	0.012715539
Whisper	0.082873326	0.036362004	0.007196199	0.003964515	0.004196578

g. Jumlahkan masing-masing dari kelima baris untuk memperoleh bobot menyeluruh dari kelima produk pembalut wanita!

Tabel 4.14 Prioritas Alternatif Terbobot Responden 1

Alternatif	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Bobot	0.405158694	0.241641543	0.121213688	0.097393615	0.134592622

Hasil sintesis: Responden 1 menempatkan Kotex diurutan pertama, kemudian Laurier, Whisper, Charm, dan yang terakhir adalah softex.

Berikut ini adalah tabulasi bobot prioritas untuk masing-masing alternatif :

Tabel 4.15 Bobot Prioritas Alternatif

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS				
	KOTEX	LAURIER	CHARM	SOFTEX	WHISPER
1	0.405159012	0.241641332	0.121213532	0.097393672	0.134592453
2	0.082552243	0.240547789	0.302721512	0.176363359	0.197815097
3	0.20690826	0.41915549	0.242708526	0.061459962	0.069767763
4	0.271183467	0.174951738	0.155759787	0.198522946	0.199582062
5	0.376969606	0.214085255	0.259452126	0.086884058	0.062608955
6	0.140719035	0.198613536	0.369794896	0.212463507	0.078409026
7	0.313615607	0.228201018	0.125211655	0.194991627	0.137980093
8	0.152443824	0.233291588	0.32482199	0.163230741	0.126211858
9	0.317481689	0.216412811	0.238359116	0.107184942	0.120561441
10	0.215106719	0.384753289	0.291970675	0.052840281	0.055329036
11	0.33476629	0.178452314	0.138023371	0.141876881	0.206881144
12	0.12159445	0.218166609	0.289232913	0.221089242	0.149916786
13	0.295174682	0.156862641	0.210566471	0.167229146	0.17016706
14	0.257649809	0.199314945	0.192961279	0.162082028	0.187991939
15	0.167117338	0.344566073	0.160366164	0.220357889	0.107592536
16	0.155708059	0.205215264	0.305840599	0.078418611	0.254817468
17	0.141897946	0.186955089	0.431304743	0.145635158	0.094207063
18	0.303372414	0.174572304	0.073220054	0.184688531	0.264146698
19	0.204448992	0.290976584	0.173877576	0.159605953	0.171090896
20	0.258572471	0.274171607	0.149104643	0.144899249	0.173252031
23	0.302729413	0.243524621	0.218683434	0.103833509	0.131229023
24	0.13144007	0.248472277	0.229130794	0.136127274	0.254829585
25	0.147930394	0.21029583	0.308384664	0.189441196	0.143947917
26	0.143028265	0.313064276	0.190536033	0.138803394	0.214568032
27	0.376238069	0.191293985	0.132991953	0.179344093	0.1201319
28	0.224007497	0.193291141	0.280289028	0.154937314	0.14747502
29	0.258743919	0.152770719	0.174507414	0.153128015	0.260849933
30	0.152742046	0.194177808	0.344046816	0.166424838	0.142608492
31	0.159502414	0.175756004	0.181818127	0.211097713	0.271825742
32	0.263227036	0.170398005	0.239291377	0.213780409	0.113303173
33	0.346295906	0.096240332	0.169375454	0.065599495	0.322488812
34	0.149781793	0.343611695	0.155655517	0.270308127	0.080642868
35	0.139364529	0.186694313	0.430137237	0.14546722	0.098336701
36	0.392135449	0.19172288	0.289720693	0.063210489	0.063210489

Lanjutan Tabel 4.15 Bobot Prioritas Alternatif

RESPONDEN	BOBOT PRIORITAS				
	KOTEX	LAURIER	CHARM	SOFTEX	WHISPER
37	0.1124793	0.254771375	0.237246407	0.119245959	0.276256959
38	0.375378557	0.129754089	0.111872801	0.204486722	0.178507831
39	0.231905367	0.272564354	0.201393342	0.146343234	0.147793703
40	0.096219683	0.374282327	0.273448094	0.152962592	0.103087304
41	0.16069212	0.167412744	0.219447498	0.178392312	0.274055326
45	0.256398537	0.148432182	0.182189557	0.165557708	0.247422016
46	0.129467405	0.187884237	0.476768299	0.118641844	0.087238215
47	0.188683449	0.265351975	0.172573117	0.259420316	0.113971144
48	0.204624364	0.249383923	0.251531238	0.180360985	0.114099489
50	0.300464714	0.240915977	0.217411967	0.111616981	0.129590361
51	0.172398982	0.307343871	0.202705993	0.222217282	0.095333872
52	0.346295906	0.096240332	0.169375454	0.065599495	0.322488812
53	0.263675406	0.26342677	0.150526289	0.128089333	0.194282201
54	0.241349185	0.252050495	0.153715387	0.190179279	0.162705654
55	0.189956096	0.427592432	0.221176976	0.062911378	0.098363118
56	0.308316847	0.263380293	0.155651047	0.094529817	0.178121996
59	0.192684449	0.216489931	0.275938643	0.149475722	0.165411254
60	0.219597077	0.243597402	0.268815659	0.066359131	0.201630732
61	0.161650888	0.230704718	0.199206251	0.20673632	0.201701823
62	0.129738648	0.291610272	0.23694521	0.226809193	0.114896677
63	0.147930394	0.21029583	0.308384664	0.189441196	0.143947917
64	0.195524788	0.229812985	0.321265372	0.066707681	0.186689173
65	0.206810188	0.416514934	0.24703745	0.060784035	0.068853393
66	0.295838884	0.171938445	0.227305954	0.166000038	0.138916678
67	0.155809554	0.201118288	0.306838961	0.078830779	0.257402416
68	0.146016384	0.318477828	0.135149906	0.171371376	0.228984505
69	0.260716925	0.201300159	0.123672593	0.206856137	0.207454187
70	0.215092158	0.384738727	0.292015221	0.05282777	0.055326124
72	0.224007497	0.193291141	0.280289028	0.154937314	0.14747502
73	0.319742788	0.198833679	0.178646766	0.182151629	0.120625138
74	0.376204828	0.214182455	0.259015271	0.087687418	0.062910028
75	0.195409854	0.243335043	0.25126133	0.179624373	0.1303694
76	0.083976229	0.262270773	0.27911999	0.177498616	0.197134392
77	0.187717303	0.430875784	0.242987145	0.053957084	0.084462685
78	0.295174682	0.156862641	0.210566471	0.167229146	0.17016706
79	0.20238275	0.22595535	0.31960969	0.069319777	0.182732433

4.3.2 Perhitungan Nilai Konsistensi Rasio (CR)

Contoh perhitungan nilai CR dari matrik kuesioner responden 1

Tabel 4.16 Bobot Prioritas Responden 1

	Perlindungan	Ketebalan	Isi Kemasan	Harga	Iklan	Bobot
Perlindungan	**1**	5	7	5	7	0.52711
Ketebalan	0.2	**1**	5	5	5	0.259546
Isi Kemasan	0.142857143	0.2	**1**	1	3	0.087642
Harga	0.2	0.2	1	**1**	1	0.070892
iklan	0.142857143	0.2	0.333333333	1	**1**	0.05481
Jumlah	1.685714286	6.6	14.33333333	13	17	

Eugene Vektor :

$$\begin{vmatrix} 1 & 5 & 7 & 5 & 7 \\ 0.2 & 1 & 5 & 5 & 5 \\ 0.142857143 & 0.2 & 1 & 1 & 3 \\ 0.2 & 0.2 & 1 & 1 & 1 \\ 0.142857143 & 0.2 & 0.333333333 & 1 & 1 \end{vmatrix} \times \begin{vmatrix} 0.52711 \\ 0.259546 \\ 0.087642 \\ 0.070892 \\ 0.05481 \end{vmatrix} = \begin{vmatrix} 3.176466 \\ 1.43169 \\ 0.450175 \\ 0.370676 \\ 0.282127 \end{vmatrix}$$

Eugene Value:

$$\begin{bmatrix} \frac{EugeneVektor}{Bobotprioritas} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} \frac{3.176466}{0.52711} & \frac{1.43169}{0.259546} & \frac{0.450175}{0.087642} & \frac{0.370676}{0.070892} & \frac{0.282127}{0.05481} \end{bmatrix}$$

$$= \begin{bmatrix} 6.02619547 & 5.51613429 & 5.136528123 & 5.228719218 & 5.147341252 \end{bmatrix}$$

Maksimum Eugene Value :

$$\frac{6..02619547 + 5.51613429 + 5.13628123 + 5.228719218 + 5.147341252}{5} = 5.410983738$$

$$\text{Consistency Index (CI)} = \frac{ME - N}{N - 1} = \frac{5.410983738 - 5}{4} = 0.102745935$$

Dari tabel Random Index diperoleh nilai RI = 1.12

$$\text{Consistensy Ratio (CR)} = \frac{CI}{RI} = \frac{0.102745935}{1.212} = 0.091737442$$

Responden dianggap konsisten, jika nilai Consistensy Ratio (CR) ≤ 0.1

Karena nilai CR = 0.091737442 $\leq$ 0.1 maka responden 1 adalah konsisten. Nilai CR yang lain terdapat pada lampiran 3.

Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 80 responden, terdapat 70 responden yang memenuhi syarat konsistensi rasio dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.3.3 Penentuan Prioritas

Penggunaan metode Proses Hirarki Analitik memungkinkan untuk memperoleh penilaian yang berbeda-beda, oleh karena itu dalam penentuan prioritas digunakan rerata geometrik atau geometrik mean dari masing-masing bobot prioritas untuk setiap faktor, sub faktor serta alternatif produk. Rumus mencari geometrik mean adalah :

$$GM = (X_1 x X_2 x X_3 x \ldots x X_n)^{1/n}$$

4.3.3.1 Penentuan Prioritas Faktor

Contoh perhitungan geometrik mean dari bobot prioritas faktor:

$$GM = (0.52710965 * 0.38213305 * 0.39951472 * \ldots * 0.40208908)^{1/70}$$

$$= 0.414509$$

Dari hasil perhitungan geometrik mean, maka dapat ditentukan prioritas faktor yang diurutkan sesuai dengan nilai geometrik mean dari yang terbesar hingga terkecil. Penentuan prioritas faktor dapat dilihat pada tabel 4.17

Tabel 4.17 Penentuan Prioritas Faktor

Faktor	Rata-rata Geometri	Rangking
Perlindungan	0.414509	1
Ketebalan	0.19856073	3
Isi Kemasan	0.066251	4
Harga	0.207763	2
Iklan	0.065697	5

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa prioritas utama adalah faktor perlindungan dengan bobot 0.414509, prioritas yang kedua adalah faktor harga dengan bobot prioritas 0.207763, faktor yang ketiga adalah ketebalan dengan bobot prioritas 0.19856073, faktor yang keempat adalah faktor isi kemasan dengan bobot prioritas 0.066251 dan yang terakhir adalah faktor iklan dengan bobot prioritas 0.065697.

4.3.3.2 Penentuan Prioritas Sub Faktor

Berikut adalah penentuan prioritas masing-masing sub faktor:

Tabel 4.18 Prioritas Sub Faktor Perlindungan

Faktor	Sub Faktor	Rata-rata Geometri	Prioritas sub Faktor	Rangking
Perlindungan 0.414509	Daya Serap Tinggi	0.134419	0.055718	3
	Perekat Yang Kuat	0.114647	0.047522	4
	Anti Kerut Anti Bocor	0.380981	0.157920	1
	Tidak Menimbulkan Gatal dan Iritasi	0.310277	0.128613	2

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa prioritas utama adalah sub faktor anti kerut dan anti bocor dengan bobot 0.157920, prioritas yang kedua adalah sub faktor tidak menimbulkan gatal dan iritasi dengan bobot prioritas 0.128613, sub faktor yang ketiga adalah daya serap tinggi dengan bobot prioritas 0.055718 dan yang terakhir adalah sub faktor perekat yang kuat dengan bobot prioritas 0.047522.

Tabel 4.19 Prioritas Sub Faktor Ketebalan

Faktor	Sub Faktor	Rata-rata Geometri	Prioritas sub Faktor	Rangking
Ketebalan 0.19856073	Tebal	0.24701	0.049046	2
	Sedang	0.396822	0.078793	1
	Tipis	0.164956	0.032754	3

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa prioritas utama adalah sub faktor sedang dengan bobot 0.078793, prioritas yang kedua adalah sub faktor tebal dengan bobot prioritas 0.049046, dan yang terakhir adalah sub faktor tipis dengan bobot prioritas 0.032754.

Tabel 4.20 Prioritas Sub Faktor Isi Kemasan

Faktor	Sub Faktor	Rata-rata Geometri	Prioritas sub Faktor	Rangking
Isi Kemasan 0.066251	< 8	0.170057	0.011266	3
	8 - 15	0.522091	0.034589	1
	> 15	0.177719	0.011774	2

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa prioritas utama adalah sub faktor 8 - 15 buah dengan bobot 0.034589, prioritas yang kedua adalah sub faktor > 15 buah dengan bobot prioritas 0.011774, dan yang terakhir adalah sub faktor < 8 buah dengan bobot prioritas 0.011266.

Tabel 4.21 Prioritas Sub Faktor Harga

Faktor	Sub Faktor	Rata-rata Geometri	Prioritas sub Faktor	Rangking
Harga 0.207763	Murah	0.61867	0.128537	1
	Sedang	0.283561	0.058913	2
	Mahal	0.076551	0.015904	3

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa prioritas utama adalah sub faktor murah dengan bobot 0.128537, prioritas yang kedua adalah sub faktor sedang dengan bobot prioritas 0.058913, dan yang terakhir adalah sub faktor mahal dengan bobot prioritas 0.015904.

Tabel 4.22 Prioritas Sub Faktor Iklan

Faktor	Sub Faktor	Rata-rata Geometri	Prioritas sub Faktor	Rangking
Iklan 0.065697	Tv	0.671503	0.044116	1
	Media Cetak	0.135858	0.008925	3
	Radio	0.16322	0.010723	2

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa prioritas utama adalah sub faktor televisi dengan bobot 0.044116, prioritas yang kedua adalah sub faktor radio dengan bobot prioritas 0.010723, dan yang terakhir adalah sub faktor media cetak dengan bobot prioritas 0.008925.

4.4.3.2 Penentuan Prioritas Alternatif

Dari keseluruhan perhitungan didapatkan suatu keputusan pemilihan alternatif produk. Urutan Prioritas Alternatif dapat dilihat pada tabel 4.23

Tabel 4.23 Prioritas Alternatif Produk

Faktor	Rata-rata Geometri	Rangking
Kotex	0.2089896	3
Laurier	0.2266801	1
Charm	0.2191940	2
Softex	0.1346797	5
Whisper	0.1448765	4

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa prioritas utama adalah Laurier dengan bobot 0.2266801, prioritas yang kedua adalah Charm dengan bobot prioritas 0.2191940, prioritas yang ketiga adalah Kotex dengan bobot 0.2089896, prioritas yang keempat adalah Whisper dengan bobot 0.1448765 dan yang terakhir adalah Softex dengan bobot prioritas 0.1346797.

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan dalam bab sebelumnya, maka dapat ditentukan faktor, sub faktor dan alternatif yang memiliki prioritas tertinggi berdasarkan susunan hirarki yang dikembangkan. Perhitungan yang dilakukan adalah untuk mengetahui pilihan teoritis dari responden, yang dalam hal ini adalah mahasiswi Universitas Islam Indonesia, usia 18 sampai 23 tahun yang tinggal di sekitar Jl. Kaliurang Km. 12-15 Jogjakarta. Selanjutnya hasil dari pengolahan dan penilaian analisis data untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan jenis pembalut wanita.

5.1 Analisi Terhadap Hirarki

Berikut ini adalah penjabaran dari hirarki faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan jenis pembalut wanita:

a). Level 0 Tujuan

Tujuan merupakan sasaran yang akan dicapai, dalam hal ini adalah mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan jenis pembalut wanita

b). Level 1 Faktor

Faktor merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi tercapainya tujuan dalam hierarki.

Ada lima faktor yang ditentukan dalam hierarki yaitu:

1. Perlindungan, merupakan jenis perlindungan yang ditawarkan pada produk pembalut wanita. Faktor ini diperlukan agar konsumen mendapatkan rasa aman pada saat menggunakannya.
2. Ketebalan, merupakan ukuran ketebalan dari produk pembalut wanita. Faktor ini mempengaruhi konsumen, karena ketebalan pembalut wanita mempengaruhi kenyamanana pemakainya.
3. Isi Kemasan, merupakan satuan dari jumlah pembalut yang ada pada setiap kemasan. Faktor ini diperlukan supaya konsumen lebih mudah menentukan keputusannya dalam memilih produk sesuai kebutuhannya.
4. Harga, merupakan tolok ukur dari nilai suatu barang. Faktor ini mempengaruhi konsumen, karena menentukan daya beli konsumen.
5. Iklan, merupakan faktor yang sangat penting untuk menarik minat konsumen dalam menentukan jenis pembalut wanita.

c). Level 2 Subfaktor

Sub faktor adalah kriteria yang menyusun faktor, sehingga akan menjadi lebih jelas dan terarah.

1. Perlindungan, sub faktor:
   - Daya serap tinggi, kemampuan penyerapan pembalut sehingga permukaan tersa kering dan tidak lembab.
   - Perekat yang kuat, menjaga agar pembalut tidak mudah lepas.
   - Anti kerut dan anti bocor, merupakan salah satu faktor untuk mencegah pembalut dari kebocoran dan tembus ke samping.

- Tidak menimbulkan gatal dan iritasi, merupakan perlindungan agar tidak menimbulkan rasa gatal dan iritasi pada kulit.

2. Ketebalan, sub faktor:
   - Tebal
   - Sedang
   - Tipis
3. Isi Kemasan, sub faktor:
   - < 8 buah, dikategorikan sebagai ukuran kecil (jumlah sedikit).
   - 8 – 15 buah, dikategorikan sebagai ukuran sedang
   - > 15 buah, dikategorikan sebagai ukuran besar (jumlah banyak).
4. Harga, sub faktor:
   - Murah, harga yang tidak memberatkan konsumen
   - Sedang, harga tidak merasa keberatan dan mampu.
   - Mahal, harga yang memberatkan konsumen
6. Iklan sub faktor:
   - Televisi,
   - Media Cetak, seperti majalah, koran, dll.
   - Radio

d). Level 3 Alternatif Produk

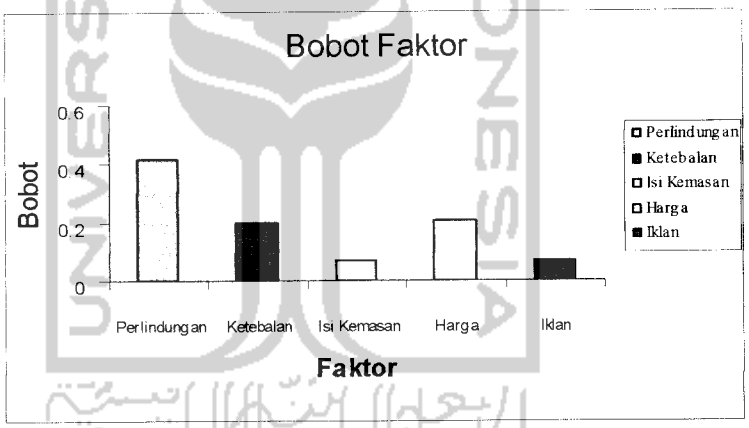
Alternatif produk merupkan alternatif pilihan produk yang sebagian besar ada di pasaran. Alternatif tersebut antara lain: Kotex, Laurier, Charm, Softex dan Whisper.

5.2 Analisis Hasil Pengolahan Data

5.2.1 Analisis Hasil Pengolahan Data Faktor Utama

Nilai bobot prioritas diperoleh dari hasil pengolahan data untuk faktor-faktor utama yang mempengaruhi pemilihan jenis pembalut wanita di kalangan mahasiswi di Jogjakarta. Penilaian hasil prioritas faktor adalah sebagai berikut:

a. Perlindungan, dengan bobot prioritas 0.414509
b. Ketebalan, dengan bobot prioritas 0.19856073
c. Isi Kemasan, dengan bobot prioritas 0.066251
d. Harga, dengan bobot prioritas 0.207763
e. Iklan, dengan bobot prioritas 0.065697



Gambar 5.1 Bobot Prioritas Faktor

Dari data di atas maka diperoleh prioritas utama adalah faktor perlindungan dengan bobot 0.414509, prioritas yang kedua adalah faktor harga dengan bobot prioritas 0.207763, faktor yang ketiga adalah ketebalan dengan bobot prioritas 0.19856073, faktor yang keempat adalah faktor isi kemasan dengan bobot prioritas 0.066251 dan yang terakhir adalah faktor iklan dengan bobot prioritas 0.065697.

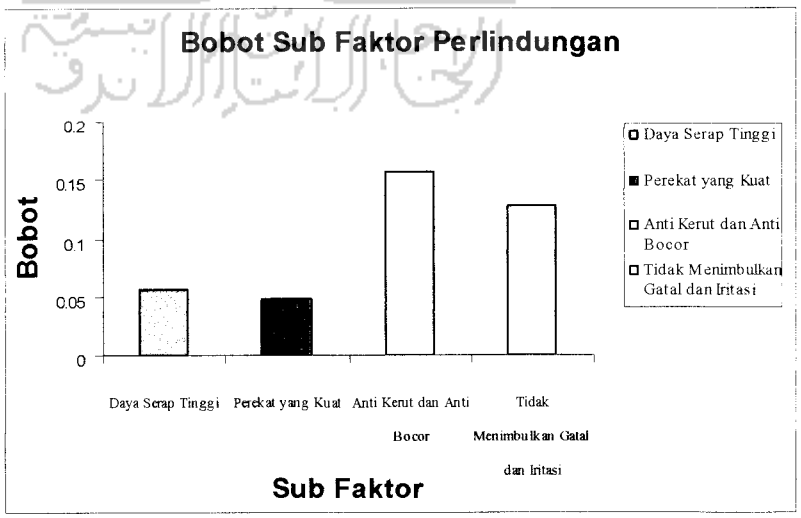
Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mengutamakan perlindungan yang diberikan dari suatu produk pembalut wanita. Perlindungan ini dapat memberikan kenyamanan bagi pemakainya sehingga aman pada saat menggunakanya. Konsumen lebih membutuhkan perlindungan daripada faktor lainnya.

5.2.1 Analisa Hasil Pengolahan Data Sub Faktor

5.2.1.1 Sub Faktor Perlindungan

Dari hasil pengolahan data maka diperoleh bobot prioritas penilaian sebagai berikut:

a. Daya serap tinggi, dengan bobot prioritas 0.055718
b. Perekat yang kuat, dengan bobot prioritas 0.047522
c. Anti kerut dan anti bocor, dengan bobot prioritas 0.157920
d. Tidak menimbulkan gatal dan iritasi, dengan bobot prioritas 0.128613



Gambar 5.2 Bobot Prioritas Sub Faktor Perlindungan

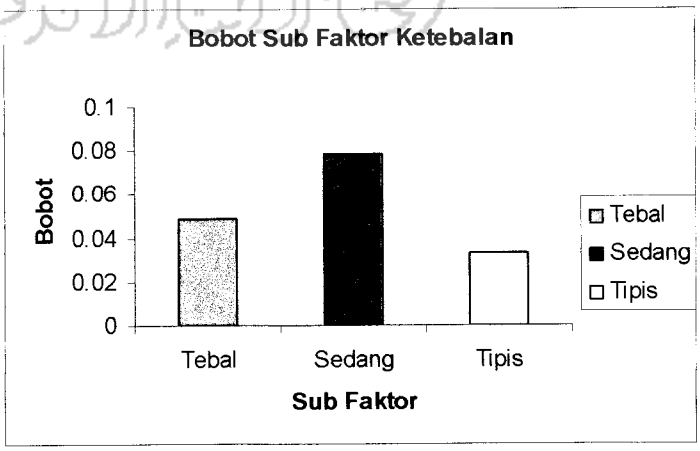
Dari hasil tersebut dapat diketahui prioritas utama adalah sub faktor anti kerut dan anti bocor dengan bobot 0.157920, prioritas yang kedua adalah sub faktor tidak menimbulkan gatal dan iritasi dengan bobot prioritas 0.128613, sub faktor yang ketiga adalah daya serap tinggi dengan bobot prioritas 0.055718 dan yang terakhir adalah sub faktor perekat yang kuat dengan bobot prioritas 0.047522.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih mementingkan pembalut dengan perlindungan anti kerut dan anti bocor, sehingga pada saat pemakaiannya konsumen tidak merasa cemas pembalut akan bocor tembus ke samping.

5.2.1.2 Sub Faktor Ketebalan

Dari hasil pengolahan data maka diperoleh bobot prioritas penilaian sebagai berikut:

a. Tebal, dengan bobot prioritas 0.049046
b. Sedang, dengan bobot prioritas 0.078793
c. Tipis, dengan bobot prioritas 0.032754



Gambar 5.3 Bobot Prioritas Sub Faktor Ketebalan

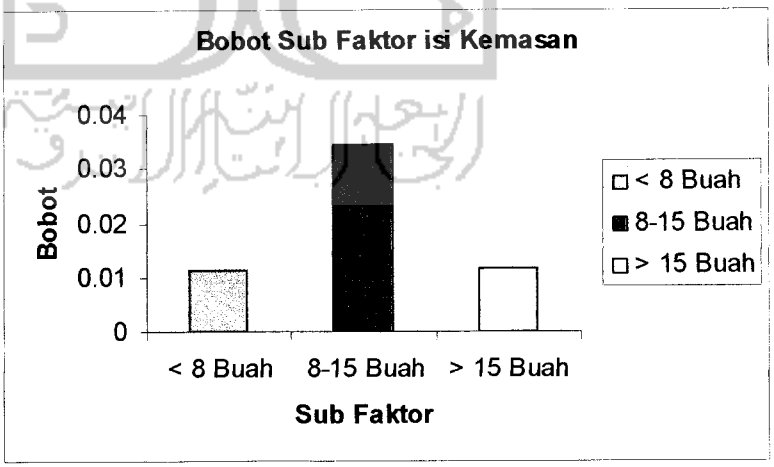
Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa prioritas utama adalah sub faktor sedang dengan bobot 0.078793, prioritas yang kedua adalah sub faktor tebal dengan bobot prioritas 0.049046, dan yang terakhir adalah sub faktor tipis dengan bobot prioritas 0.032754.

Hal ini menunjukkan bahwa ketebalan pembalut yang diinginkan adalah sedang. Konsumen kurang menyukai pembalut yang terlalu tebal ataupun terlalu tipis.

5.2.1.3 Sub Faktor Isi Kemasan

Dari hasil pengolahan data maka diperoleh bobot prioritas penilaian sebagai berikut:

a. < 8 buah, dengan bobot prioritas 0.011266
b. 8-15, dengan bobot prioritas 0.034589
c. > 15 buah, dengan bobot prioritas 0.011774



Gambar 5.4 Bobot Prioritas Sub Faktor Isi Kemasan

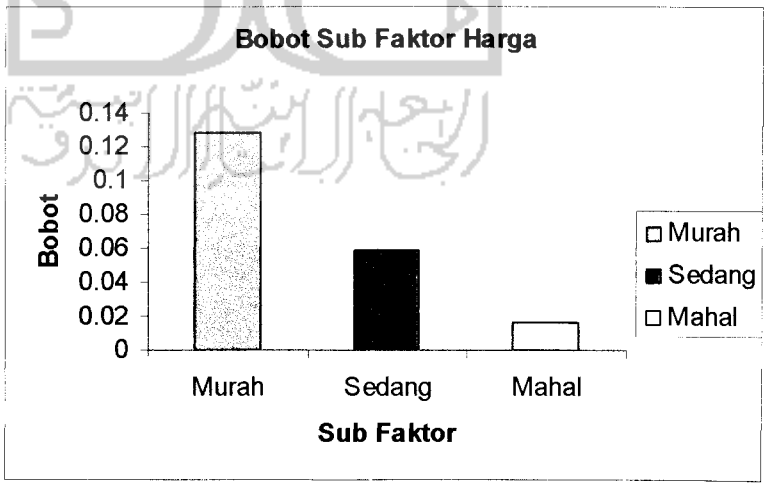
Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa prioritas utama adalah sub faktor 8 - 15 buah dengan bobot 0.034589, prioritas yang kedua adalah sub faktor > 15 buah dengan bobot prioritas 0.011774, dan yang terakhir adalah sub faktor < 8 buah dengan bobot prioritas 0.011266.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai pembelian pembalut dalam jumlah sedang, sehingga cukup untuk pemakaian satu siklus menstruasi.

5.2.1.4 Sub Faktor Harga

Dari hasil pengolahan data maka diperoleh bobot prioritas penilaian sebagai berikut:

a. Murah , dengan bobot prioritas 0.128537
b. Sedang, dengan bobot prioritas 0.058913
c. Mahal, dengan bobot prioritas 0.015904



Gambar 5.5 Bobot Prioritas Sub Faktor Harga

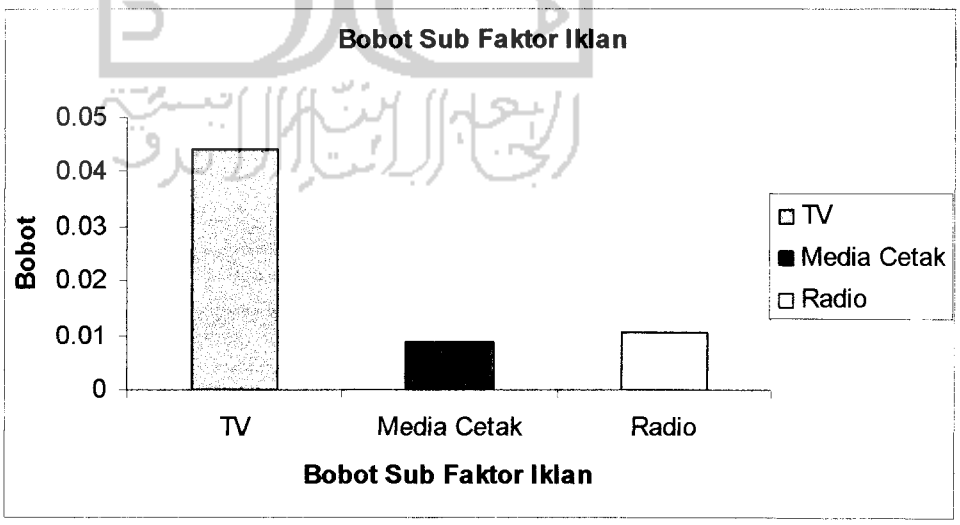
Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa prioritas utama adalah sub faktor murah dengan bobot 0.128537, prioritas yang kedua adalah sub faktor sedang dengan bobot prioritas 0.058913, dan yang terakhir adalah sub faktor mahal dengan bobot prioritas 0.015904.

Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak menyukai produk yang terlalu mahal. Konsumen menyukai produk dengan harga murah sehingga tidak memberatkan dalam membeli produk tersebut untuk memenuhi kebutuhannya.

5.2.1.5 Sub Faktor Iklan

Dari hasil pengolahan data maka diperoleh bobot prioritas penilaian sebagai berikut:

a. Televisi, dengan bobot prioritas 0.044116
b. Media cetak, dengan bobot prioritas 0.010723
c. Radio, dengan bobot prioritas 0.008925



Gambar 5.6 Bobot Prioritas Sub Faktor Iklan

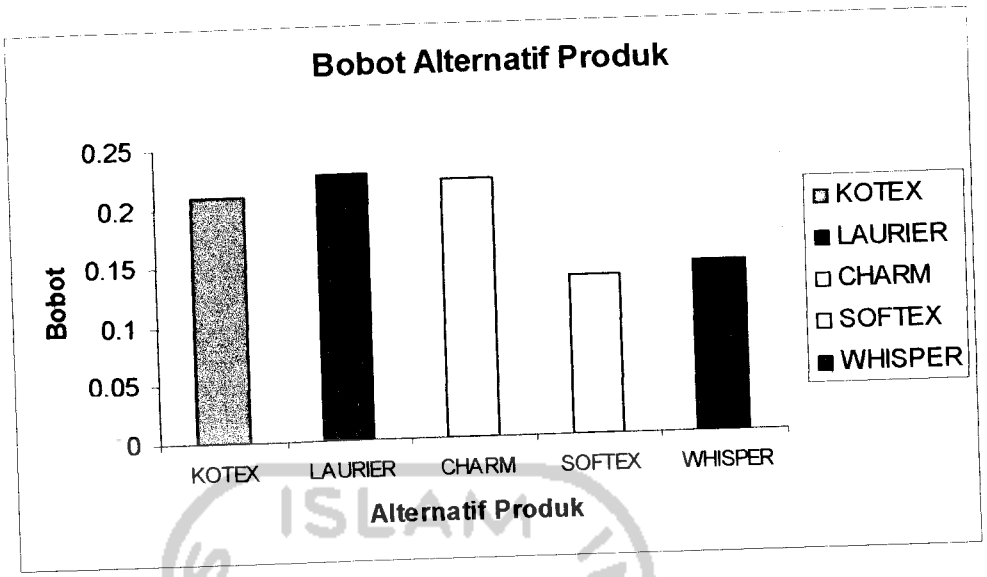
Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa prioritas prioritas utama adalah sub faktor televisi dengan bobot 0.044116, prioritas yang kedua adalah sub faktor radio dengan bobot prioritas 0.010723, dan yang terakhir adalah sub faktor media cetak dengan bobot prioritas 0.008925.

Hal ini menunjukkan bahwa iklan yang paling berpengaruh adalah iklan di televisi, karena konsumen lebih sering berhadapan dengan televisi dibandingkan dengan media lainnya.

5.2.2 Analisa Hasil Pengolahan Data Alternatif Produk

Dari hasil pengolahan data maka diperoleh bobot prioritas penilaian sebagai berikut:

a. Kotex, dengan bobot prioritas 0.2089896
b. Laurier, dengan bobot prioritas 0.2266801
c. Charm, dengan bobot prioritas 0.219194
d. Softex, dengan bobot prioritas 0.1346797
e. Whisper, dengan bobot prioritas 0.144876



Gambar 5.7 Bobot Prioritas Alternatif Produk

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa prioritas utama adalah Laurier dengan bobot 0.2266801, prioritas yang kedua adalah Charm dengan bobot prioritas 0.2191940, prioritas yang ketiga adalah Kotex dengan bobot 0.2089896, prioritas yang keempat adalah Whisper dengan bobot 0.1448765 dan yang terakhir adalah Softex dengan bobot prioritas 0.1346797.

Hal ini menunjukkan bahwa produk Laurier memberikan perlindungan lebih, sehingga memberi kenyamanan bagi pemakainya, produk tidak terlalu tebal ataupun terlalu tipis, tersedia dalam kemasan sedang, dengan harga murah dan iklannya di tevisi lebih menarik dibandingkan dengan produk yang lainnya.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut :

1. Dari jumlah responden sebanyak 70 orang, maka faktor yang mempengaruhi mahasiswi di Jogjakarta dalam pemilihan produk pembalut wanita adalah prioritas utama faktor perlindungan dengan bobot 0.414509, prioritas yang kedua adalah faktor harga dengan bobot prioritas 0.207763, faktor yang ketiga adalah ketebalan dengan bobot prioritas 0.19856073, faktor yang keempat adalah faktor isi kemasan dengan bobot prioritas 0.066251 dan yang terakhir adalah faktor iklan dengan bobot prioritas 0.065697.
2. Pada sub faktor perlindungan, prioritas utama adalah sub faktor anti kerut dan anti bocor dengan bobot 0.15792005, prioritas yang kedua adalah sub faktor tidak menimbulkan gatal dan iritasi dengan bobot prioritas 0.12861261, sub faktor yang ketiga adalah daya serap tinggi dengan bobot prioritas 0.05571789 dan yang terakhir adalah sub faktor perekat yang kuat dengan bobot prioritas 0.04752221.
3. Pada sub faktor ketebalan, prioritas utama adalah sub faktor sedang dengan bobot 0.078793, prioritas yang kedua adalah sub faktor tebal

dengan bobot prioritas 0.049046, dan yang terakhir adalah sub faktor tipis dengan bobot prioritas 0.032754.

4. Pada sub faktor isi kemasan, prioritas utama adalah sub faktor 8 - 15 buah dengan bobot 0.034589, prioritas yang kedua adalah sub faktor > 15 buah dengan bobot prioritas 0.011774, dan yang terakhir adalah sub faktor < 8 buah dengan bobot prioritas 0.011266.
5. Pada sub faktor harga, prioritas utama adalah sub faktor murah dengan bobot 0.128537, prioritas yang kedua adalah sub faktor sedang dengan bobot prioritas 0.058913, dan yang terakhir adalah sub faktor mahal dengan bobot prioritas 0.015904.
6. Pada sub faktor iklan, prioritas prioritas utama adalah sub faktor televisi dengan bobot 0.044116, prioritas yang kedua adalah sub faktor radio dengan bobot prioritas 0.010723, dan yang terakhir adalah sub faktor media cetak dengan bobot prioritas 0.008925.
7. Sintesis alternatif menunjukkan bahawa sebagian responden menempatkan sebagai prioritas utama adalah Laurier dengan bobot 0.2213857, prioritas yang kedua adalah Charm dengan bobot prioritas 0.2160023, prioritas yang ketiga adalah Kotex dengan bobot 0.2056938, prioritas yang keempat adalah Whisper dengan bobot 0.140286 dan yang terakhir adalah Softex dengan bobot prioritas 0.134191.

6.2 Saran

1. Setiap perusahaan pembalut wanita hendaknya memperhatikan jenis perlindungan yang diberikan oleh suatu pembalut wanita terutama perlindungan anti kerut dan anti bocor, sehingga menimbulkan rasa nyaman bagi pemakainya.
2. Selain faktor perlindungan, perusahaan juga perlu memperhatikan keinginan konsumen yaitu produk dengan harga murah, isi kemasan 8–5 buah, ketebalan sedang serta menampilkan iklan di televisi agar dapat menarik minat konsumen untuk memilih produk yang ditawarkan.
3. Berdasarkan hasil penelitian, dianjurkan agar masing-masing perusahaan pembalut wanita untuk mengembangkan produknya agar dapat menyaingi karakteristik pembalut dengan merk Laurier yang saat ini beredar di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi (2002). ***Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V***. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta

Assauri, Sofjan (1969). ***Manajemen Produksi dan Operasi, Edisi Empat***. Fakultas Ekonomi UI, Jakarta

Farabi, Lalu A. (2005). ***Penerapan Rantai Markov dalam Menganalisa Alasan Konsumen Terhadap Perpindahan Merk.***. Tugas Akhir Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Industri. Jogjakarta, *Unpublish*

Gasperz, Vincent (1997). ***Membangun Tujuh Kebiasaan Kualitas Dalam Praktek Bisnis Global***. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Kadarsah, Suryadi dan Ramadhan Ali (1998). ***Sistem Pendukung Keputusan***. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung

Kotler, Philip (2000). ***Manajemen Pemasaran I di Indonesia***. Salemba Empat, Jakarta

Mulyono, Sri (1996). ***Teori Pengambilan Keputusan***. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta

Rangkuti, Freddy (2002). ***Creating Effective Marketing Plan: Teknik Membuat Marketing Plan Berdasarkan Customers Values & Analisis Kasus.*** Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Saaty, Thomas L. (1993). ***Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin, Proses Hirarki Analitik untuk Pengambilan Keputusan Dalam Situasi yang Komplek***. Pustaka Binaan Presindo, Jakarta

Tjiptono, Fandy (1997). ***Strategi Pemasaran.*** Andi Offset, Jogjakarta

Wijayanti, Fitria (2005). ***Penggunaan Analytical Hierarchy Process untuk Mendapatkan Desain Sistem Kerja yang Ergonomis.*** Tugas Akhir Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Industri. Jogjakarta, *Unpublish*

LAMPIRAN 1

KUESIONER

KUESIONER PENDAHULUAN

Kepada:

Yth. Saudari

Di tempat

Assalamu'alaikum wr.wb

Dengan hormat,

Sehubungan dengan adanya kegiatan penelitian ini, kami mohon kesedian saudari untuk dijadikan responden dalam penelitian yang kami laksanakan. Judul penelitian yang dilakukan adalah "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Pemilihan Jenis Pembalut Wanita Menggunakan Metode Proses Hirarki Analitik (PHA)". Penelitian ini merupakan tugas akhir yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

Lembar pertanyaan ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen terhadap pemilihan jenis pembalut wanita. Untuk itu, kami mengharapkan jawaban yang sebenarnya supaya hasil penelitian dapat mencerminkan hasil yang sebenarnya.

Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini. Atas perhatian dan dukungannya kami mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Hormat Kami,

(Nur Endah Eny S.)

A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Alamat :

B. Jawablah pertanyaan di bawah ini sesuai dengan pendapat anda!

1. Apakah anda merupakan konsumen salah satu produk pembalut wanita?
   a. Ya (lanjutkan ke pertanyaan berikutnya)
   b. Bukan (anda tidak perlu melanjutkan ke pertanyaan berikutnya)
2. Apakah anda sering berganti merk pembalut wanita?
   a. Ya. (sebutkan alasannya).....
   b. Tidak,(sebutkan alasannya).....
3. Apakah anda seorang mahasiswi di Universitas Islam indonesia?
   a. Ya, (lanjutkan ke pertanyaan berikutnya)
   b. Bukan, (anda tidak perlu melanjutkan ke pertanyaan berikutnya)
4. Apakah jenis program studi yang anda ambil?
   a. D3, jurusan.....
   b. S1, jurusan.....
   c. S2, jurusan.....
5. Berapakah uang saku anda per bulan?
   a. < Rp. 300.000,00
   b. Rp. 300.000,00 – Rp. 600.000,00
   c. Rp. 600.001,00 – Rp. 900.000,00
   d. > Rp. 900.000,00

A. Karakteristik Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Jurusan : (D3/S1/S2)*)

Universitas :

Uang saku per bulan*) : a. < Rp. 300.000,00

b. Rp. 300.000,00 – Rp. 600.000,00

c. Rp. 600.001,00 – Rp. 900.000,00

d. > Rp. 900.000,00

Ket: *) Pilih salah satu

B. PETUNJUK PENGISIAN

a. Berilah tanda silang pada huruf dengan jawaban yang sesuai dengan pendapat anda!

b. Apabila anda memilih jawaban lain-lain maka isilah titik-titik pada tempat yang tersedia.

1. Perlindungan apakah yang dibutuhkan dari sebuah pembalut wanita?
    a. Daya serap tinggi
    b. Anti kerut dan anti bocor
    c. Tidak menimbulkan gatal dan iritasi
    d. Lain-lain (sebutkan).....
2. Bagaimanakah ketebalan pembalut yang anda butuhkan?
    a. Tebal
    b. Sedang
    c. Tipis
3. Berapakah isi kemasan pembalut yang biasa anda gunakan?
    a. < 8 buah
    b. 8-15 buah
    c. > 15 buah
    d. Lain-lain (sebutkan).....
4. Apakah pembalut yang anda inginkan memiliki aroma tertentu?
    a. Ya
    b. Tidak
5. Termasuk dalam kategori apakah harga pembalut yang anda gunakan?
    a. Mahal
    b. Agak mahal
    c. Murah
6. Menurut anda, apakah iklan mempengaruhi keputusan anda dalam pembelian suatu pembalut wanita?
    a. Ya
    b. Tidak

7. Dimanakah anda mengetahui iklan suatu pembalut wanita?
    a. Televisi
    b. Media cetak
    c. Radio
8. Pembalut dengan merk apakah yang anda gunakan?
    a. Charm
    b. Laurier
    c. Kotex
    d. Lain-lain (sebutkan).....
9. Adakah faktor lain yang mempengaruhi keputusan anda dalam membeli produk pembalut wanita, selain yang telah disebutkan diatas?
    a. Tidak
    b. Ya, (sebutkan).....

KUESIONER LANJUTAN

Kepada:

Yth. Saudari

Di tempat

Assalamu'alaikum wr.wb

Dengan hormat,

Sehubungan dengan adanya kegiatan penelitian ini, kami mohon kesedian saudari untuk dijadikan responden dalam penelitian yang kami laksanakan. Judul penelitian yang dilakukan adalah "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Pemilihan Jenis Pembalut Wanita Menggunakan Metode Proses Hirarki Analitik (PHA)". Penelitian ini merupakan tugas akhir yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

Lembar pertanyaan ini dimaksudkan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen terhadap pemilihan jenis pembalut wanita. Untuk itu, kami mengharapkan jawaban yang sebenarnya supaya hasil penelitian dapat mencerminkan hasil yang sebenarnya.

Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini. Atas perhatian dan dukungannya kami mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Hormat Kami.

(Nur Endah Eny S.)

A. Karakteristik Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Jurusan : (D3/S1/S2)*)

Universitas :

Uang saku per bulan*) : a. < Rp. 300.000,00

b. Rp. 300.000,00 – Rp. 600.000,00

c. Rp. 600.001,00 – Rp. 900.000,00

d. > Rp. 900.000,00

Ket: *) Pilih salah satu

B. **Petunjuk Pengisian**

1. Isilah tiap kolom tingkat kepentingan antar faktor dengan menggunakan tanda silang (X).
2. Apabila ada keraguan dalam hal perbandingan tingkat kepentingan antar faktor tersebut, dapat diatasi dengan jalan mengisi 2 kolom penilaian yang bersebelahan.
3. Untuk kolom "faktor-faktor yang diperbandingkan" anggapan awal arah perbandingan adalah: ⟶
4. Apabila yang berlaku adalah sebaliknya, maka dibutuhkan tanda panah tambahan: ⟵

C. **Contoh Pengisian Kuesioner**

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
A VS B				X	
A VS C		X			
B VS C			X ⟵		

Artinya:

a. A sangat lebih penting daripada B
b. A sedikit lebih penting dengan C
c. C lebih penting daripada B

D. Isilah kotak-kotak kosong yang ada di bawah ini:

a). Bobot Faktor

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Perlindungan VS Ketebalan					
Perlindungan VS Isi Kemasan					
Perlindungan VS Harga					
Perlindungan VS Iklan					
Ketebalan VS Isi Kemasan					
Ketebalan VS Harga					
Ketebalan VS Iklan					
Isi Kemasan VS Harga					
Isi Kemasan VS Iklan					
Harga VS Iklan					

b). Bobot Sub Faktor- Perlindungan

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Daya serap tinggi VS Perekat yang kuat					
Daya serap tinggi VS Anti kerut dan anti bocor					
Daya serap tinggi VS Tidak menimbulkan gatal dan iritasi					
Perekat yang kuat VS Anti kerut dan anti bocor					
Perekat yang kuat VS Tidak menimbulkan gatal dan iritasi					
Anti kerut dan anti bocor VS Tidak menimbulkan gatal dan iritasi					

c). Bobot Sub Faktor- Ketebalan

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Tebal VS Sedang					
Tebal VS Tipis					
Sedang VS Tipis					

d). Bobot Sub Faktor- Isi Kemasan

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
< 8 buah VS 8-15 buah					
< 8 buah VS > 15 buah					
8-15 buah VS > 15 buah					

e). Bobot Sub Faktor- Harga

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Murah VS Sedang					
Murah VS Mahal					
Sedang VS Mahal					

f). Bobot Sub Faktor- Iklan

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Televisi VS Media Cetak					
Televisi VS Radio					
Media Cetak VS Radio					

g). Bobot Alternatif

Pada isian berikut Anda diminta pendapatnya tentang perbedaan tingkat kepentingan diantara produk pembalut wanita, meskipun anda belum pernah mencobanya.

1. Faktor Perlindungan

a. Daya serap tinggi

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

b. **Perekat yang kuat**

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

c. **Anti kerut dan anti bocor**

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

d. **Tidak menimbulkan gatal dan iritasi**

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

2. Faktor Ketebalan

a. Tebal

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

b. Sedang

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

c. Tipis

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

3. **Isi Kemasan**

a. **< 8 buah**

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

b. **8-15 buah**

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

c. **> 15 buah**

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

4. Harga

a. Mahal

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

b. Sedang

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

c. Murah

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

5. Iklan

a. Televisi

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

b. Media Cetak

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

c. Radio

Faktor yang diperbandingkan	Sama penting	Sedikit lebih penting	Lebih penting	Sangat lebih penting	Mutlak lebih penting
Kotex VS Laurier					
Kotex VS Charm					
Kotex VS Softex					
Kotex VS Whisper					
Laurier VS Charm					
Laurier VS Softex					
Laurier VS Whisper					
Charm VS Softex					
Charm VS Whisper					
Softex VS Whisper					

Responden 1

A. Faktor

1. Matrik awal

	Perlindungan	Ketebalan	Isi Kemasan	Harga	Iklan
Perlindungan	1	5	7	5	7
Ketebalan	0.2	1	5	5	5
Isi Kemasan	0.142857143	0.2	1	1	3
Harga	0.2	0.2	1	1	1
iklan	0.142857143	0.2	0.33333333	1	1
Jumlah	1.685714286	6.6	14.3333333	13	17

2. Normalisasi

	Perlindungan	Ketebalan	Isi Kemasan	Harga	Iklan	Jumlah	Bobot
Perlindungan	0.593220339	0.75757576	0.48837209	0.38461538	0.41176471	2.63554828	0.52710966
Ketebalan	0.118644068	0.15151515	0.34883721	0.38461538	0.29411765	1.29772946	0.25954589
Isi Kemasan	0.084745763	0.03030303	0.06976744	0.07692308	0.17647059	0.4382099	0.08764198
Harga	0.118644068	0.03030303	0.06976744	0.07692308	0.05882353	0.35446115	0.07089223
iklan	0.084745763	0.03030303	0.02325581	0.07692308	0.05882353	0.27405121	0.05481024

3. Eugene Value

	Perlindungan	Ketebalan	Isi Kemasan	Harga	Iklan	Jumlah
Perlindungan	0.527109656	1.29772946	0.61349386	0.35446115	0.3836717	3.17646582
Ketebalan	0.105421931	0.25954589	0.4382099	0.35446115	0.27405121	1.43169008
Isi Kemasan	0.075301379	0.05190918	0.08764198	0.07089223	0.16443073	0.4501755
Harga	0.105421931	0.05190918	0.08764198	0.07089223	0.05481024	0.37067556
Iklan	0.075301379	0.05190918	0.02921399	0.07089223	0.05481024	0.28212702

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Perlindungan	3.176465821	0.52710966	6.02619547
Ketebalan	1.431690083	0.25954589	5.51613463
Isi Kemasan	0.450175495	0.08764198	5.13652812
Harga	0.370675562	0.07089223	5.22871922
iklan	0.282127023	0.05481024	5.14734125
		Jumlah	27.0549187
		Nilai Max	5.41098374
		CI	0.10274593
		CR	0.09173744

RI	1.12
konsisten	

B. Sub Faktor

a. Perlindungan

1. Matrik awal

	DST	PYK	AKAB	TMGDI
DST	1	5	1	1
PYK	0.2	1	0.2	0.2
AKAB	1	5	1	3
TMGDI	1	5	0.33333333	1
Jumlah	3.2	16	2.53333333	5.2

2. Normalisasi

	DST	PYK	AKAB	TMGDI	Jumlah	Bobot
DST	0.3125	0.3125	0.39473684	0.19230769	1.21204453	0.30301113
PYK	0.0625	0.0625	0.07894737	0.03846154	0.24240891	0.06060223
AKAB	0.3125	0.3125	0.39473684	0.57692308	1.59665992	0.39916498
TMGDI	0.3125	0.3125	0.13157895	0.19230769	0.94888664	0.23722166

3. Eugene Value

	DST	PYK	AKAB	TMGDI	Jumlah
DST	0.303011134	0.30301113	0.39916498	0.23722166	1.24240891
PYK	0.060602227	0.06060223	0.079833	0.04744433	0.24848178
AKAB	0.303011134	0.30301113	0.39916498	0.71166498	1.71685223
TMGDI	0.303011134	0.30301113	0.13305499	0.23722166	0.97629892

4. *Matrik/bobot*

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
DST	1.242408907	0.30301113	4.10020877
PYK	0.24848178	0.060602	4.100209
AKAB	1.716852227	0.39916498	4.30110935
TMGDI	0.97629892	0.23722166	4.11555556
		Jumlah	16.6170824
		Nilai Max	4.15427061
		CI	0.05142354
		CR	0.05713726 konsisten

Ket:
DST: Daya Serap Tinggi
PYK: Perekat Yang Kuat
AKAB: Anti Kerut dan Anti Bocor
TMGI: Tidak Menimbulkan Gatal dan Iritasi

RI	0.9

b. Ketebalan

1. Matrik awal

	Tebal	Sedang	Tipis
Tebal	1	0.14285714	0.2
Sedang	7	1	3
Tipis	5	0.33333333	1
Jumlah	13	1.47619048	4.2

2. Normalisasi

	Tebal	Sedang	Tipis	Jumlah	Bobot
Tebal	0.076923077	0.09677419	0.04761905	0.22131632	0.07377211
Sedang	0.538461538	0.67741935	0.71428571	1.93016661	0.64338887
Tipis	0.384615385	0.22580645	0.23809524	0.84851707	0.28283902

3. Eugene Value

	Tebal	Sedang	Tipis	Jumlah
Tebal	0.073772106	0.0919127	0.0565678	0.22225261
Sedang	0.516404742	0.64338887	0.84851707	2.00831069
Tipis	0.36886053	0.21446296	0.28283902	0.86616251

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Tebal	0.222252607	0.07377211	3.01269163
Sedang	2.008310686	0.64338887	3.12145699
Tipis	0.866162511	0.28283902	3.06238685
		Jumlah	9.19653548
		Nilai Max	3.06551183
		CI	0.03275591
		CR	0.05647571

konsisten

RI	0.58

c. Isi kemasan

1. Matrik awal

	< 8	(8-15)	> 15
< 8	1	0.2	0.33333333
(8-15)	5	1	1
> 15	3	1	1
Jumlah	9	2.2	2.33333333

0.02511177
konsisten

2. Normalisasi

	< 8	(8-15)	> 15	Jumlah	Bobot
< 8	0.111111111	0.09090909	0.14285714	0.34487734	0.11495911
(8-15)	0.555555556	0.45454545	0.42857143	1.43867244	0.47955748
> 15	0.333333333	0.45454545	0.42857143	1.21645022	0.40548341

3. Eugene Value

	< 8	(8-15)	> 15	Jumlah
< 8	0.114959115	0.0959115	0.13516114	0.34603175
(8-15)	0.574795575	0.47955748	0.40548341	1.45983646
> 15	0.3448773345	0.47955748	0.40548341	1.22991823

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
< 8	0.346031746	0.11495911	3.01004184
(8-15)	1.45983646	0.47955748	3.0441324
> 15	1.22991823	0.40548341	3.03321471
		Jumlah	9.08738895
		Nilai Max	3.02912965
		CI	0.01456482
		CR	0.02511177

konsisten

RI	0.58

d. Harga

1. Matrik awal

	Murah	Sedang	Mahal
Murah	1	3	9
Sedang	0.333333333	1	5
Mahal	0.111111111	0.2	1
Jumlah	1.444444444	4.2	15

2. Normalisasi

	Murah	Sedang	Mahal	Jumlah	Bobot
Murah	0.692307692	0.71428571	0.6	2.00659341	0.66886447
Sedang	0.230769231	0.23809524	0.33333333	0.8021978	0.26739927
Mahal	0.076923077	0.04761905	0.06666667	0.19120879	0.06373626

3. Eugene Value

	Murah	Sedang	Mahal	Jumlah
Murah	0.668864469	0.8021978	0.57362637	2.04468864
Sedang	0.222954823	0.26739927	0.31868132	0.80903541
Mahal	0.074318274	0.05347985	0.06373626	0.19153439

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Murah	2.044688645	0.66886447	3.05695509
Sedang	0.809035409	0.26739927	3.02557078
Mahal	0.191534392	0.06373626	3.00510856
		Jumlah	9.08763443
		Nilai Max	3.02921148
		CI	0.01460574
		CR	0.02518231 konsisten

RI	0.58

e. Iklan

1. Matrik awal

	TV	Media Cetak	Radio
TV	1	7	5
Media Cetak	0.142857143	1	1
Radio	0.2	1	1
Jumlah	1.342857143	9	7

2. Normalisasi

	TV	Media Cetak	Radio	Jumlah	Bobot
TV	0.744680851	0.77777778	0.71428571	2.23674434	0.74558145
Media Cetak	0.106382979	0.11111111	0.14285714	0.36035123	0.12011708
Radio	0.14893617	0.11111111	0.14285714	0.40290442	0.13430147

3. Eugene Value

	TV	Media Cetak	Radio	Jumlah
TV	0.745581448	0.84081954	0.67150737	2.25790836
Media Cetak	0.106511635	0.12011708	0.13430147	0.36093019
Radio	0.14911629	0.12011708	0.13430147	0.40353484

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
TV	2.257908364	0.74558145	3.02838593
Media Cetak	0.360930188	0.12011708	3.00481992
Radio	0.403534842	0.13430147	3.00469405
		Jumlah	9.0378999
		Nilai Max	3.0126333
		CI	0.00631665
		CR	0.01089078 konsisten

RI	0.58

C. Alternatif Produk

1.Faktor Perlindungan

a. Subfaktor Daya Serap Tinggi

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	1	1	3	1
Laurier	1	1	5	5	1
Charm	1	0.2	1	5	0.33333333
Softex	0.333333333	0.2	0.2	1	0.2
Whisper	1	1	3	5	1
Jumlah	4.333333333	3.4	10.2	19	3.53333333

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.230769231	0.29411765	0.09803922	0.15789474	0.28301887	1.0638397	0.21276794
Laurier	0.230769231	0.29411765	0.49019608	0.26315789	0.28301887	1.56125972	0.31225194
Charm	0.230769231	0.05882353	0.09803922	0.26315789	0.09433962	0.74512949	0.1490259
Softex	0.076923077	0.05882353	0.01960784	0.05263158	0.05660377	0.2645898	0.05291796
Whisper	0.230769231	0.29411765	0.29411765	0.26315789	0.28301887	1.36518129	0.27303626

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.21276794	0.31225194	0.1490259	0.15875388	0.27303626	1.10583592
Laurier	0.21276794	0.31225194	0.74512949	0.2645898	0.27303626	1.80777544
Charm	0.21276794	0.06245039	0.1490259	0.2645898	0.09101209	0.77984611
Softex	0.070922647	0.06245039	0.02980518	0.05291796	0.05460725	0.27070343
Whisper	0.21276794	0.31225194	0.4470777	0.2645898	0.27303626	1.50972364

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	1.105835921	0.21276794	5.19738041
Laurier	1.807775436	0.31225194	5.78947697
Charm	0.779846115	0.1490259	5.23295697
Softex	0.270703427	0.05291796	5.11553025
Whisper	1.509723639	0.27303626	5.52938885
		Jumlah	26.8647334
		Nilai Max	5.37294669
		CI	0.09323667
		CR	0.08324703 konsisten

RI	1.12

b.Subfaktor Perekat yang Kuat

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	1	1	3	1
Laurier	1	1	1	3	1
Charm	1	1	1	3	1
Softex	0.333333333	0.33333333	0.33333333	1	0.33333333
Whisper	1	1	1	3	1
Jumlah	4.333333333	4.33333333	4.33333333	13	4.33333333

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.230769231	0.23076923	0.23076923	0.23076923	0.23076923	1.15384615	0.23076923
Laurier	0.230769231	0.23076923	0.23076923	0.23076923	0.23076923	1.15384615	0.23076923
Charm	0.230769231	0.23076923	0.23076923	0.23076923	0.23076923	1.15384615	0.23076923
Softex	0.076923077	0.07692308	0.07692308	0.07692308	0.07692308	0.38461538	0.07692308
Whisper	0.230769231	0.23076923	0.23076923	0.23076923	0.23076923	1.15384615	0.23076923

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.230769231	0.23076923	0.23076923	0.23076923	0.23076923	1.15384615
Laurier	0.230769231	0.23076923	0.23076923	0.23076923	0.23076923	1.15384615
Charm	0.230769231	0.23076923	0.23076923	0.23076923	0.23076923	1.15384615
Softex	0.076923077	0.07692308	0.07692308	0.07692308	0.07692308	0.38461538
Whisper	0.230769231	0.23076923	0.23076923	0.23076923	0.23076923	1.15384615

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	1.153846154	0.23076923	5
Laurier	1.153846154	0.23076923	5
Charm	1.153846154	0.23076923	5
Softex	0.384615385	0.07692308	5
Whisper	1.153846154	0.23076923	5
		Jumlah	25
		Nilai Max	5
		CI	0
		CR	0

konsisten	
RI	1.12

c.Subfaktor Anti Kerut Anti Bocor

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	1	3	3	3
Laurier	1	1	3	5	1
Charm	0.333333333	0.33333333	1	1	1
Softex	0.333333333	0.2	1	1	0.2
Whisper	0.333333333	1	1	5	1
Jumlah	3	3.53333333	9	15	6.2

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.333333333	0.28301887	0.33333333	0.2	0.48387097	1.6335565	0.3267113
Laurier	0.333333333	0.28301887	0.33333333	0.33333333	0.16129032	1.44430919	0.28886184
Charm	0.111111111	0.09433962	0.11111111	0.06666667	0.16129032	0.54451883	0.10890377
Softex	0.111111111	0.05660377	0.11111111	0.06666667	0.03225806	0.37775073	0.07555015
Whisper	0.111111111	0.28301887	0.11111111	0.33333333	0.16129032	0.99986475	0.19997295

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.3267113	0.28886184	0.3267113	0.22665044	0.59991885	1.76885372
Laurier	0.3267113	0.28886184	0.3267113	0.37775073	0.19997295	1.52000812
Charm	0.108903767	0.09628728	0.10890377	0.07555015	0.19997295	0.58961791
Softex	0.108903767	0.05777237	0.10890377	0.07555015	0.03999459	0.39112464
Whisper	0.108903767	0.28886184	0.10890377	0.37775073	0.19997295	1.08439305

4. *Matrik/bobot*

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	1.768853723	0.3267113	5.41411858
Laurier	1.520008115	0.28886184	5.26205928
Charm	0.589617908	0.10890377	5.41411858
Softex	0.391124637	0.07555015	5.1770203
Whisper	1.084393048	0.19997295	5.42269868
		Jumlah	26.6900154
		Nilai Max	5.33800308
		CI	0.08450077
		CR	0.07544712 konsisten

RI	1.12

d.Subfaktor Tidak Menimbulkan Gatal Iritasi

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	1	5	1	1
Laurier	1	1	3	3	1
Charm	0.2	0.33333333	1	1	1
Softex	1	0.33333333	1	1	1
Whisper	1	1	1	1	1
Jumlah	4.2	3.66666667	11	7	5

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.238095238	0.27272727	0.45454545	0.14285714	0.2	1.30822511	0.26164502
Laurier	0.238095238	0.27272727	0.27272727	0.42857143	0.2	1.41212121	0.28242424
Charm	0.047619048	0.09090909	0.09090909	0.14285714	0.2	0.57229437	0.11445887
Softex	0.238095238	0.09090909	0.09090909	0.14285714	0.2	0.76277056	0.15255411
Whisper	0.238095238	0.27272727	0.09090909	0.14285714	0.2	0.94458874	0.18891775

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.261645022	0.28242424	0.57229437	0.15255411	0.18891775	1.4578355
Laurier	0.261645022	0.28242424	0.34337662	0.45766234	0.18891775	1.53402597
Charm	0.052329004	0.09414141	0.11445887	0.15255411	0.18891775	0.60240115
Softex	0.261645022	0.09414141	0.11445887	0.15255411	0.18891775	0.81171717
Whisper	0.261645022	0.28242424	0.11445887	0.15255411	0.18891775	1

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	1.457835498	0.26164502	5.57180675
Laurier	1.534025974	0.28242424	5.43163703
Charm	0.602401154	0.11445887	5.2630358
Softex	0.811717172	0.15255411	5.32084752
Whisper	1	0.18891775	5.29330889
		Jumlah	26.880636
		Nilai Max	5.3761272
		CI	0.0940318
		CR	0.08395696 konsisten

RI	1.12

2. Faktor Ketebalan

a.Subfaktor Tebal

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	5	5	5	5
Laurier	0.2	1	3	5	5
Charm	0.2	0.33333333	1	3	3
Softex	0.2	0.2	0.33333333	1	1
Whisper	0.2	0.2	0.33333333	1	1
Jumlah	1.8	6.73333333	9.66666667	15	15

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.555555556	0.74257426	0.51724138	0.33333333	0.33333333	2.48203786	0.49640757
Laurier	0.111111111	0.14851485	0.31034483	0.33333333	0.33333333	1.23663746	0.24732749
Charm	0.111111111	0.04950495	0.10344828	0.2	0.2	0.66406434	0.13281287
Softex	0.111111111	0.02970297	0.03448276	0.06666667	0.06666667	0.30863017	0.06172603
Whisper	0.111111111	0.02970297	0.03448276	0.06666667	0.06666667	0.30863017	0.06172603

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.496407572	1.23663746	0.6640643	0.30863017	0.30863017	3.01436971
Laurier	0.099281514	0.24732749	0.3984386	0.30863017	0.30863017	1.36230795
Charm	0.099281514	0.0824425	0.13281287	0.1851781	0.1851781	0.68489309
Softex	0.099281514	0.0494655	0.04427096	0.06172603	0.06172603	0.31647004
Whisper	0.099281514	0.0494655	0.04427096	0.06172603	0.06172603	0.31647004

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	3.014369713	0.49640757	6.07236852
Laurier	1.362307955	0.24732749	5.50811375
Charm	0.684893087	0.13281287	5.1568278
Softex	0.316470038	0.06172603	5.12701066
Whisper	0.316470038	0.06172603	5.12701066
		Jumlah	26.9913314
		Nilai Max	5.39826628
		CI	0.09956657
		CR	0.08889872 konsisten

RI	1.12

b. Subfaktor Sedang

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	3	5	5	5
Laurier	0.333333333	1	3	7	1
Charm	0.2	0.33333333	1	3	1
Softex	0.2	0.14285714	0.33333333	1	1
Whisper	0.2	1	1	1	1
Jumlah	1.933333333	5.47619048	10.3333333	17	9

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.517241379	0.54782609	0.48387097	0.29411765	0.55555556	2.39861164	0.47972233
Laurier	0.172413793	0.1826087	0.29032258	0.41176471	0.11111111	1.16822089	0.23364418
Charm	0.103448276	0.06086957	0.09677419	0.17647059	0.11111111	0.54867373	0.10973475
Softex	0.103448276	0.02608696	0.03225806	0.05882353	0.11111111	0.33172794	0.06634559
Whisper	0.103448276	0.1826087	0.09677419	0.05882353	0.11111111	0.55276581	0.11055316

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.479722327	0.70093253	0.54867373	0.33172794	0.55276581	2.61382234
Laurier	0.159907442	0.23364418	0.32920424	0.46441911	0.11055316	1.29772813
Charm	0.095944465	0.07788139	0.10973475	0.19903676	0.11055316	0.59315053
Softex	0.095944465	0.03337774	0.03657825	0.06634559	0.11055316	0.3427992
Whisper	0.095944465	0.23364418	0.10973475	0.06634559	0.11055316	0.61622214

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	2.613822336	0.47972233	5.44861514
Laurier	1.297728134	0.23364418	5.55429264
Charm	0.593150528	0.10973475	5.40531186
Softex	0.342799203	0.06634559	5.16687267
Whisper	0.616222138	0.11055316	5.57398931
		Jumlah	27.1490816
		Nilai Max	5.42981632
		CI	0.10745408
		CR	0.09594114 Konsisten

RI	1.12

c.Subfaktor Tipis

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	5	5	5	5
Laurier	0.2	1	3	1	3
Charm	0.2	0.33333333	1	1	1
Softex	0.2	1	1	1	1
Whisper	0.2	0.33333333	1	1	1
Jumlah	1.8	7.66666667	11	9	11

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.555555556	0.65217391	0.45454545	0.55555556	0.45454545	2.67237593	0.53447519
Laurier	0.111111111	0.13043478	0.27272727	0.11111111	0.27272727	0.89811155	0.17962231
Charm	0.111111111	0.04347826	0.09090909	0.11111111	0.09090909	0.44751866	0.08950373
Softex	0.111111111	0.13043478	0.09090909	0.11111111	0.09090909	0.53447519	0.10689504
Whisper	0.111111111	0.04347826	0.09090909	0.11111111	0.09090909	0.44751866	0.08950373

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.534475187	0.89811155	0.44751866	0.53447519	0.44751866	2.86209925
Laurier	0.106895037	0.17962231	0.2685112	0.10689504	0.2685112	0.93043478
Charm	0.106895037	0.0598741	0.08950373	0.10689504	0.08950373	0.45267164
Softex	0.106895037	0.17962231	0.08950373	0.10689504	0.08950373	0.57241985
Whisper	0.106895037	0.0598741	0.08950373	0.10689504	0.08950373	0.45267164

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	2.862099253	0.53447519	5.35497124
Laurier	0.930434783	0.17962231	5.1799511
Charm	0.452671644	0.08950373	5.05757278
Softex	0.572419851	0.10689504	5.35497124
Whisper	0.452671644	0.08950373	5.05757278
		Jumlah	26.0050391
		Nilai Max	5.20100783
		CI	0.05025196
		CR	0.04486782

RI	1.12

Konsisten

3.Faktor Kemasan

a.Subfaktor < 8

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	5	5	5	5
Laurier	0.2	1	3	1	1
Charm	0.2	0.33333333	1	1	1
Softex	0.2	1	1	1	1
Whisper	0.2	1	1	1	1
Jumlah	1.8	8.33333333	11	9	9

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.555555556	0.6	0.45454545	0.55555556	0.55555556	2.72121212	0.54424242
Laurier	0.111111111	0.12	0.27272727	0.11111111	0.11111111	0.72606061	0.14521212
Charm	0.111111111	0.04	0.09090909	0.11111111	0.11111111	0.46424242	0.09284848
Softex	0.111111111	0.12	0.09090909	0.11111111	0.11111111	0.54424242	0.10884848
Whisper	0.111111111	0.12	0.09090909	0.11111111	0.11111111	0.54424242	0.10884848

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.544242424	0.72606061	0.46424242	0.54424242	0.54424242	2.8230303
Laurier	0.108848485	0.14521212	0.27854545	0.10884848	0.10884848	0.75030303
Charm	0.108848485	0.04840404	0.09284848	0.10884848	0.10884848	0.46779798
Softex	0.108848485	0.14521212	0.09284848	0.10884848	0.10884848	0.56460606
Whisper	0.108848485	0.14521212	0.09284848	0.10884848	0.10884848	0.56460606

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	2.823030303	0.54424242	5.18708241
Laurier	0.75030303	0.14521212	5.16694491
Charm	0.46779798	0.09284848	5.03829417
Softex	0.564606061	0.10884848	5.18708241
Whisper	0.564606061	0.10884848	5.18708241
		Jumlah	25.7664863
		Nilai Max	5.15329726
		CI	0.03832431
		CR	0.03421814

konsisten

RI	1.12

B. Subfaktor (8 - 15)

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	5	5	5	5
Laurier	0.2	1	1	1	5
Charm	0.2	1	1	1	1
Softex	0.2	1	1	1	1
Whisper	0.2	0.2	1	1	1
Jumlah	1.8	8.2	9	9	13

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.555555556	0.6097561	0.55555556	0.55555556	0.38461538	2.66103815	0.53220763
Laurier	0.111111111	0.12195122	0.11111111	0.11111111	0.38461538	0.83989994	0.16797999
Charm	0.111111111	0.12195122	0.11111111	0.11111111	0.07692308	0.53220763	0.10644153
Softex	0.111111111	0.12195122	0.11111111	0.11111111	0.07692308	0.53220763	0.10644153
Whisper	0.111111111	0.02439024	0.11111111	0.11111111	0.07692308	0.43464665	0.08692933

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.53220763	0.83989994	0.53220763	0.53220763	0.43464665	2.87116948
Laurier	0.106441526	0.16797999	0.10644153	0.10644153	0.43464665	0.92195122
Charm	0.106441526	0.16797999	0.10644153	0.10644153	0.08692933	0.5742339
Softex	0.106441526	0.16797999	0.10644153	0.10644153	0.08692933	0.5742339
Whisper	0.106441526	0.033596	0.10644153	0.10644153	0.08692933	0.43984991

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	2.871169481	0.53220763	5.39482961
Laurier	0.92195122	0.16797999	5.48845867
Charm	0.574233896	0.10644153	5.39482961
Softex	0.574233896	0.10644153	5.39482961
Whisper	0.439849906	0.08692933	5.05985612
		Jumlah	26.7328036
		Nilai Max	5.34656073
		CI	0.08664018
		CR	0.0773573 konsisten

RI	1.12

c. Subfaktor > 15

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	5	5	5	5
Laurier	0.2	1	1	5	1
Charm	0.2	1	1	1	1
Softex	0.2	0.2	1	1	1
Whisper	0.2	1	1	1	1
Jumlah	1.8	8.2	9	13	9

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.555555556	0.6097561	0.55555556	0.38461538	0.55555556	2.66103815	0.53220763
Laurier	0.111111111	0.12195122	0.11111111	0.38461538	0.11111111	0.83989994	0.16797999
Charm	0.111111111	0.12195122	0.11111111	0.07692308	0.11111111	0.53220763	0.10644153
Softex	0.111111111	0.02439024	0.11111111	0.07692308	0.11111111	0.43464665	0.08692933
Whisper	0.111111111	0.12195122	0.11111111	0.07692308	0.11111111	0.53220763	0.10644153

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.53220763	0.83989994	0.53220763	0.43464665	0.53220763	2.87116948
Laurier	0.106441526	0.16797999	0.10644153	0.43464665	0.10644153	0.92195122
Charm	0.106441526	0.16797999	0.10644153	0.08692933	0.10644153	0.5742339
Softex	0.106441526	0.033596	0.10644153	0.08692933	0.10644153	0.43984991
Whisper	0.106441526	0.16797999	0.10644153	0.08692933	0.10644153	0.5742339

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	2.871169481	0.53220763	5.39482961
Laurier	0.92195122	0.16797999	5.48845867
Charm	0.574233896	0.10644153	5.39482961
Softex	0.439849906	0.08692933	5.05985612
Whisper	0.574233896	0.10644153	5.39482961
		Jumlah	26.7328036
		Nilai Max	5.34656073
		CI	0.08664018
		CR	0.0773573 konsisten

RI	1.12

4.Faktor Harga

A.Subfaktor Mahal

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	3	3	5	1
Laurier	0.333333333	1	1	1	1
Charm	0.333333333	1	1	1	1
Softex	0.2	1	1	1	0.2
Whisper	1	1	1	5	1
Jumlah	2.866666667	7	7	13	4.2

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.348837209	0.42857143	0.42857143	0.38461538	0.23809524	1.82869069	0.36573814
Laurier	0.11627907	0.14285714	0.14285714	0.07692308	0.23809524	0.71701167	0.14340233
Charm	0.11627907	0.14285714	0.14285714	0.07692308	0.23809524	0.71701167	0.14340233
Softex	0.069767442	0.14285714	0.14285714	0.07692308	0.04761905	0.48002385	0.09600477
Whisper	0.348837209	0.14285714	0.14285714	0.38461538	0.23809524	1.25726212	0.25145242

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.365738138	0.430207	0.430207	0.48002385	0.25145242	1.95762842
Laurier	0.121912713	0.14340233	0.14340233	0.09600477	0.25145242	0.75617457
Charm	0.121912713	0.14340233	0.14340233	0.09600477	0.25145242	0.75617457
Softex	0.073147628	0.14340233	0.14340233	0.09600477	0.05029048	0.50624755
Whisper	0.365738138	0.14340233	0.14340233	0.48002385	0.25145242	1.38401908

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	1.957628418	0.36573814	5.35254111
Laurier	0.756174575	0.14340233	5.2730981
Charm	0.756174575	0.14340233	5.2730981
Softex	0.506247551	0.09600477	5.27314996
Whisper	1.384019082	0.25145242	5.50409919
		Jumlah	26.6759864
		Nilai Max	5.33519729
		CI	0.08379932
		CR	0.07482082 konsisten

RI	1.12

b.Subfaktor Sedang

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	1	1	3	3
Laurier	1	1	1	1	1
Charm	1	1	1	1	1
Softex	0.333333333	1	1	1	3
Whisper	0.333333333	1	1	0.33333333	1
Jumlah	3.666666667	5	5	6.33333333	9

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.272727273	0.2	0.2	0.47368421	0.33333333	1.47974482	0.29594896
Laurier	0.272727273	0.2	0.2	0.15789474	0.11111111	0.94173312	0.18834662
Charm	0.272727273	0.2	0.2	0.15789474	0.11111111	0.94173312	0.18834662
Softex	0.090909091	0.2	0.2	0.15789474	0.33333333	0.98213716	0.19642743
Whisper	0.090909091	0.2	0.2	0.05263158	0.11111111	0.65465178	0.13093036

3. *Eugene Value*

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.295948963	0.18834662	0.18834662	0.5892823	0.39279107	1.65471558
Laurier	0.295948963	0.18834662	0.18834662	0.19642743	0.13093036	1
Charm	0.295948963	0.18834662	0.18834662	0.19642743	0.13093036	1
Softex	0.098649654	0.18834662	0.18834662	0.19642743	0.39279107	1.0645614
Whisper	0.098649654	0.18834662	0.18834662	0.06547581	0.13093036	0.67174907

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi		
Kotex	1.654715577	0.29594896	5.59121937		
Laurier	1	0.18834662	5.30935983		
Charm	1	0.18834662	5.30935983		
Softex	1.064561404	0.19642743	5.41961676		
Whisper	0.67174907	0.13093036	5.13058308		
		Jumlah	26.7601389		
		Nilai Max	5.35202777	RI	1.12
		CI	0.08800694		
		CR	0.07857763	konsisten	

c. Subfaktor Murah

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	3	3	1	5
Laurier	0.333333333	1	1	1	5
Charm	0.333333333	1	1	1	5
Softex	1	1	1	1	7
Whisper	0.2	0.2	0.2	0.14285714	1
Jumlah	2.866666667	6.2	6.2	4.14285714	23

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.348837209	0.48387097	0.48387097	0.24137931	0.2173913	1.77534976	0.35506995
Laurier	0.11627907	0.16129032	0.16129032	0.24137931	0.2173913	0.89763033	0.17952607
Charm	0.11627907	0.16129032	0.16129032	0.24137931	0.2173913	0.89763033	0.17952607
Softex	0.348837209	0.16129032	0.16129032	0.24137931	0.30434783	1.21714499	0.243429
Whisper	0.069767442	0.03225806	0.03225806	0.03448276	0.04347826	0.21224459	0.04244892

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.355069952	0.5385782	0.5385782	0.243429	0.21224459	1.88789994
Laurier	0.118356651	0.17952607	0.17952607	0.243429	0.21224459	0.93308237
Charm	0.118356651	0.17952607	0.17952607	0.243429	0.21224459	0.93308237
Softex	0.355069952	0.17952607	0.17952607	0.243429	0.29714243	1.25469351
Whisper	0.07101399	0.03590521	0.03590521	0.03477557	0.04244892	0.22004891

4. *Matrik/bobot*

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	1.887899936	0.35506995	5.31698029
Laurier	0.933082371	0.17952607	5.19747573
Charm	0.933082371	0.17952607	5.19747573
Softex	1.254693508	0.243429	5.15424833
Whisper	0.220048906	0.04244892	5.18385193
		Jumlah	26.050032
		Nilai Max	5.2100064
		CI	0.0525016
		CR	0.04687643 konsisten

RI	1.12

5.Faktor Iklan

A.Subfaktor tv

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	3	3	3	5
Laurier	0.333333333	1	1	1	5
Charm	0.333333333	1	1	1	5
Softex	0.333333333	1	1	1	3
Whisper	0.2	0.2	0.2	0.33333333	1
Jumlah	2.2	6.2	6.2	6.33333333	19

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.454545455	0.48387097	0.48387097	0.47368421	0.26315789	2.1591295	0.4318259
Laurier	0.151515152	0.16129032	0.16129032	0.15789474	0.26315789	0.89514843	0.17902969
Charm	0.151515152	0.16129032	0.16129032	0.15789474	0.26315789	0.89514843	0.17902969
Softex	0.151515152	0.16129032	0.16129032	0.15789474	0.15789474	0.78988527	0.15797705
Whisper	0.090909091	0.03225806	0.03225806	0.05263158	0.05263158	0.26068838	0.05213768

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.431825899	0.53708906	0.53708906	0.47393116	0.26068838	2.24062355
Laurier	0.143941966	0.17902969	0.17902969	0.15797705	0.26068838	0.92066677
Charm	0.143941966	0.17902969	0.17902969	0.15797705	0.26068838	0.92066677
Softex	0.143941966	0.17902969	0.17902969	0.15797705	0.15641303	0.81639142
Whisper	0.08636518	0.03580594	0.03580594	0.05265902	0.05213768	0.26277375

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	2.240623553	0.4318259	5.18871971
Laurier	0.92066677	0.17902969	5.14253693
Charm	0.92066677	0.17902969	5.14253693
Softex	0.816391418	0.15797705	5.1677848
Whisper	0.262773748	0.05213768	5.03999737
		Jumlah	25.6815757
		Nilai Max	5.13631515
		CI	0.03407879
		CR	0.03042749 konsisten

RI	1.12

B.Subfaktor Media Cetak

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	1	1	3	3
Laurier	1	1	1	3	3
Charm	1	1	1	1	5
Softex	0.333333333	0.33333333	1	1	3
Whisper	0.333333333	0.33333333	0.2	0.33333333	1
Jumlah	3.666666667	3.66666667	4.2	8.33333333	15

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.272727273	0.27272727	0.23809524	0.36	0.2	1.34354978	0.26870996
Laurier	0.272727273	0.27272727	0.23809524	0.36	0.2	1.34354978	0.26870996
Charm	0.272727273	0.27272727	0.23809524	0.12	0.33333333	1.23688312	0.24737662
Softex	0.090909091	0.09090909	0.23809524	0.12	0.2	0.73991342	0.14798268
Whisper	0.090909091	0.09090909	0.04761905	0.04	0.06666667	0.3361039	0.06722078

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.268709957	0.26870996	0.24737662	0.44394805	0.20166234	1.43040693
Laurier	0.268709957	0.26870996	0.24737662	0.44394805	0.20166234	1.43040693
Charm	0.268709957	0.26870996	0.24737662	0.14798268	0.3361039	1.26888312
Softex	0.089569986	0.08956999	0.24737662	0.14798268	0.20166234	0.77616162
Whisper	0.089569986	0.08956999	0.04947532	0.04932756	0.06722078	0.34516364

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	1.430406926	0.26870996	5.32323753
Laurier	1.430406926	0.26870996	5.32323753
Charm	1.268883117	0.24737662	5.12935741
Softex	0.776161616	0.14798268	5.2449489
Whisper	0.345163636	0.06722078	5.13477589
		Jumlah	26.1555573
		Nilai Max	5.23111145
		CI	0.05777786
		CR	0.05158738 konsisten

RI	1.12

c. Subfaktor radio

1. Matrik awal

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper
Kotex	1	1	1	1	1
Laurier	1	1	1	1	1
Charm	1	1	1	1	1
Softex	1	1	1	1	1
Whisper	1	1	1	1	1
Jumlah	5	5	5	5	5

2. Normalisasi

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah	Bobot
Kotex	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1	0.2
Laurier	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1	0.2
Charm	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1	0.2
Softex	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1	0.2
Whisper	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1	0.2

3. Eugene Value

	Kotex	Laurier	Charm	Softex	Whisper	Jumlah
Kotex	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1
Laurier	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1
Charm	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1
Softex	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1
Whisper	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	1

4. Matrik/bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Kotex	1	0.2	5
Laurier	1	0.2	5
Charm	1	0.2	5
Softex	1	0.2	5
Whisper	1	0.2	5
		Jumlah	25
		Nilai Max	5
		CI	0
		CR	0

RI	1.12

Konsisten

JAWABAN RESPONDEN

FAKTOR RESPONDEN	F1xF2	F1xF3	F1xF4	F1xF5	F2xF3	F2xF4	F2xF5	F3xF4	F3xF5	F4xF5
1	5	7	5	7	5	5	5	1	3	1
2	5	5	1	5	3	1/3	3	1/5	3	5
3	5	5	1	5	3	1	3	1/5	1	5
4	3	7	5	5	5	3	3	1/4	1	5
5	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3
6	5	5	3	5	1	1	1	1/5	1	5
7	1	5	1	5	3	1	5	1	1	1
8	5	5	3	5	5	1/3	1	1/3	1	5
9	5	5	1	5	1	1/5	1	1/5	1	5
10	1	5	1	5	1	1	1/5	1	1	1
11	5	5	1	5	5	1	1	1/5	1/3	5
12	7	7	5	7	1	1/3	1	1/3	3	5
13	1	7	3	5	3	1	3	1/5	1	5
14	3	5	5	5	3	1	5	1/5	1	5
15	5	9	5	7	5	3	5	1/5	1	5
16	3	7	3	7	5	1/3	5	1/ 5	1/3	3
17	3	3	1	5	5	1/5	1	1/5	1	3
18	5	5	1	5	5	1	3	1/5	1	5
19	5	7	5	9	5	3	5	1	1	5
20	5	5	5	9	5	5	5	1	3	1
21	1	7	7	7	5	3	7	1	3	1
22	1	5	3	5	5	1	5	1/5	1	5
23	5	5	1	5	1	1/5	1	1/5	1	5
24	5	7	5	7	5	1/3	3	1/5	1	5
25	1	5	1	7	3	1	3	1/3	3	1
26	5	5	5	7	5	1	3	1/5	1	5
27	1	3	3	5	3	3	5	1	3	3
28	5	7	5	9	5	1	9	1/5	1	7
29	1	3	3	5	5	1	3	1/5	1	5
30	5	7	3	7	3	1	3	1/5	3	5
31	7	9	1	5	3	1	3	1/5	1	5
32	5	7	5	7	5	1	5	1/5	1	5
33	1	5	1	3	5	1/5	1	1/5	1/5	5
34	5	5	1	5	3	1/3	3	1/5	3	5
35	3	3	1	5	5	1/5	1	1/5	1	3
36	1	7	5	7	5	5	5	1/5	1	5
37	7	7	5	7	5	1	3	1/3	1	5
38	5	5	1	5	5	1	1	1/5	1/3	5
39	3	7	7	7	5	5	5	1	1	5
40	5	7	5	7	3	3	5	1/3	1/3	1
41	1	5	1	5	5	1	5	1/5	1	5
42	5	5	5	9	5	5	5	1	3	1
43	1	5	1	5	5	1	1	1/5	1	1
44	3	7	3	5	5	1/5	1	1/5	1	3
45	1	3	3	5	5	1	3	1/5	1	5
46	3	7	3	5	5	1/5	1	1/5	1	3
47	1	3	3	5	3	3	5	1/3	1	5

RESPONDEN	F1vF2	F1vF3	F1vF4	F1vF5	F2vF3	F2vF4	F2vF5	F3vF4	F3vF5	F4vF5
48	5	7	3	7	3	1	3	1/5	3	5
49	3	5	3	7	5	1	3	1/5	1	5
50	5	5	1	5	1	1/5	1	1/5	1	1
51	3	5	1	7	5	1	3	1/5	1	5
52	1	5	1	3	5	1/5	1	1/5	1/5	5
53	1	5	5	5	5	3	5	1/5	1/3	3
54	2	5	5	5	5	1	5	1	1	5
55	3	3	3	5	5	1	5	1/5	1	5
56	5	5	5	9	5	5	5	1	3	1
57	3	5	5	3	5	1	3	1	1	3
58	5	7	5	7	5	1	5	1/5	3	5
59	7	7	1	5	5	1	3	1/5	1	5
60	3	7	3	9	5	3	7	1	1	1
61	7	9	1	5	3	1	3	1/5	1	5
62	1	5	1	5	5	1	3	1/5	1	5
63	1	5	1	7	3	1	3	1/5	3	5
64	1	7	3	9	5	3	7	1	3	1
65	5	5	1	5	3	1	3	1/5	1	5
66	5	9	5	7	3	5	3	1/3	1	1
67	3	7	3	7	5	1/3	5	1/5	1/3	3
68	5	7	5	7	5	1	1	1/5	1	5
69	5	7	5	7	5	1	5	1/5	1	5
70	1	5	1	5	5	1	1	1/5	1	1
71	7	7	5	7	7	1	5	1/5	1	5
72	5	7	5	9	5	1	9	1/5	1	7
73	1	5	1	5	3	1	1	1/5	1	5
74	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3
75	1	5	5	3	5	5	5	1	1	3
76	5	5	1	5	3	1/3	3	1/5	3	5
77	1	5	1	5	5	1/5	5	1/5	1	5
78	1	7	3	5	3	1	3	1/5	1	5
79	1	7	3	9	5	3	7	1	7	1
80	5	7	7	7	5	5	5	1	1	1

Ket:

F1 : Perlindungan

F2 : Ketebalan

F3 : Isi Kemasan

F4 : Harga

F5 : Iklan

Sub Faktor Perlindungan

RESPONDEN	P1vP2	P1vP3	P1vP4	P2vP3	P2vP4	P3vP4
1	5	1	1	1/5	1/5	3
2	1	1/5	1	1/5	1	5
3	1	1/7	1/5	1/5	1/5	1
4	1	1/5	1/3	1/5	1	1
5	1	1/5	1/5	1/5	1/3	1
6	1	1/5	1/3	1/5	1/5	5
7	1	1	1	1/3	1	1
8	1	1/3	1	1/3	1/3	1
9	3	1/5	1	1/5	1/5	1
10	1	1/3	1/5	1/5	1/5	1
11	1/3	1/5	1/3	1/5	1/3	1
12	1/3	1/7	1/5	1	1	1
13	1	1/5	1	1/5	1/3	1
14	1	1	1/3	1/3	1/3	1
15	1	1/5	1/5	1/5	1/3	1/3
16	1/3	1/3	1/3	1/3	1	3
17	1	1/3	1/5	1/7	1/5	1
18	3	1/5	1	1/5	1	5
19	1/3	1/3	1/3	1	1/3	1/3
20	3	1	1	1/5	1/5	1/3
21	1	1	1	1	1/3	1/3
22	1/5	1/5	1	1/5	1	5
23	1	1/3	1/5	1/5	1/5	1
24	1	1/3	1	1/3	1	1
25	1/3	1/5	1/5	1/5	1	1
26	1	1/3	1/3	1/5	1/3	1
27	1	1	1/3	1/3	1/3	1
28	5	1	1	1/5	1/3	5
29	1	1/5	1	1/5	1	3
30	1	1/5	1/5	1/3	1/5	3
31	1	1/3	1/5	1/3	1/5	1/3
32	5	1	1	1/3	1/3	1
33	1	1/3	1/3	1	1/3	1
34	1	1/5	1/7	1/5	1/5	3
35	1	1	1/5	1	1/5	1/5
36	1	1/5	1/5	1/5	1/3	1
37	1	1/5	1	1/5	1	3
38	1/3	1/5	1/3	1/5	1/3	1
39	3	1	1/5	1/5	1/5	1
40	1	1/3	1/3	1/3	1	1
41	3	1/3	1	1/5	1/3	5
42	5	3	1	1/5	1/5	3
43	1	1/3	1/5	1/5	1/5	1
44	5	1/5	1/5	1/3	1/5	1
45	1	1/5	1/3	1/5	1/3	1
46	3	1/3	1/3	1/7	1/3	1
47	1	1/3	1	1	1	1
48	3	1/5	1/5	1/5	1/7	1
49	5	1/5	1/3	1/5	1/5	1

RESPONDEN	P1vP2	P1vP3	P1vP4	P2vP3	P2vP4	P3vP4
50	1	1/3	1/3	1	1/3	1
51	3	1	1/3	1/5	1/5	1
52	1	1/7	1/7	1/5	1/5	3
53	1	1/3	1/3	1	1/3	1
54	1	1	1/5	1/5	1/5	1/3
55	1/3	1/5	1/5	1	1/3	1
56	3	1	1	1/5	1/5	3
57	1	1	1	1/3	1	1
58	1	1/6	1/7	1/3	1/7	1/3
59	3	1	1	1/3	1/3	2
60	1	1/3	1/3	1/5	1/3	1
61	5	1/3	1	1/3	1/3	1
62	1	1/5	1	1	1	3
63	1/3	1/5	1/5	1/5	1	1
64	1	1/3	1	1/3	1/3	2
65	1	1/7	1/5	1/5	1/5	1
66	3	1	1	1/3	1	1
67	1/3	1/3	1/3	1/3	1	3
68	1	1	1/3	1/3	1/3	1
69	3	1	1	1	1	1
70	1	1/3	1/5	1/5	1/5	1
71	5	5	5	1	1/3	1
72	5	1	1	1/5	1/3	5
73	1	1	1/3	1/3	1/3	1/3
74	1	1/5	1/5	1/3	1/5	1
75	1	1/3	1/5	1/3	1/5	1/5
76	1	1/5	1	1/5	1	5
77	3	1/5	1	1/5	1/5	1
78	1	1/5	1	1/5	1/3	1
79	1	1/3	1/3	1	1/3	1
80	1	1/3	1/5	1/5	1/7	1

Ket :

P1 : Daya Serap Tinggi

P2 : Perekat yang Kuat

P3 : Anti Kerut dan Anti Bocor

P4 : Tidak MenimbulkanGatal dan Iritasi

Sub Faktor Ketebalan

RESPONDEN	T1vT2	T1vT3	T2vT3	RESPONDEN	T1vT2	T1vT3	T2vT3
1	1/7	1/5	3	50	1/5	3	6
2	3	7	5	51	1/7	1/5	3
3	5	1	1/7	52	1/3	3	5
4	1/5	1/3	3	53	1/5	1/3	1
5	1	1/5	1/3	54	1/5	1	7
6	3	7	5	55	1/5	1	5
7	5	7	3	56	1/7	1/5	3
8	1/3	3	5	57	5	7	2
9	1/5	3	7	58	1/7	1/5	5
10	1/5	1	5	59	1/3	5	5
11	1/7	1	5	60	1	5	3
12	3	5	1	61	3	7	3
13	3	5	3	62	1/6	1/5	3
14	3	1	5	63	1/5	3	7
15	1/5	1/7	1/3	64	3	5	3
16	1/5	1	3	65	5	1	1/7
17	3	5	1	66	5	7	3
18	1/3	1	3	67	1/5	1	3
19	1/5	1	3	68	1/7	1/3	5
20	1/5	1/5	1	69	1/7	1/5	1
21	1/3	1/5	1/3	70	1/5	1	3
22	5	7	3	71	1/7	1/5	1
23	1/5	1	7	72	5	7	3
24	1	5	3	73	1/3	1/5	1
25	1/5	3	7	74	1	1/5	1/3
26	3	5	3	75	1/3	1	3
27	1	5	3	76	3	7	5
28	5	7	3	77	3	7	1
29	1	5	3	78	3	5	3
30	1/5	3	6	79	3	5	3
31	1/3	1/5	1	80	1/5	1/5	7
32	1/7	1/5	1				
33	1/3	3	5				
34	1/5	1/7	1				
35	3	5	1				
36	1/5	1	5				
37	1/7	1/5	3				
38	1/7	1	5				
39	1/5	1	1/5				
40	1	3	5				
41	5	7	3				
42	1/5	1/5	1				
43	5	3	7				
44	5	7	5				
45	1	5	3				
46	3	7	3				
47	1/5	1/3	1/3				
48	1/5	3	6				
49	1/5	1/3	3				

Ket:
T1 : Tebal
T2 : Sedang
T3 : Tipis

Sub Faktor Isi Kemasan

RESPONDEN	K1vK2	K1vK3	K2vK3	RESPONDEN	K1vK2	K1vK3	K2vK3
1	1/3	1/3	1	50	1/5	1	3
2	1	3	5	51	1/7	1/3	5
3	1/5	1	3	52	1/5	1	5
4	1/5	1/3	3	53	1/5	3	9
5	1	1/5	1/5	54	1/5	1/3	3
6	1	5	7	55	1/5	1/3	1
7	1/5	1	7	56	1/5	1	7
8	1/3	1	3	57	1/5	1	3
9	1/5	1	3	58	1/5	1/3	5
10	1/7	1/3	5	59	5	5	1
11	1/3	1	5	60	1/5	1	5
12	1/5	1/3	1	61	1/5	1	7
13	1/5	3	7	62	1/4	1/5	2
14	1/5	1	3	63	1/5	1	7
15	1/7	1/5	5	64	1/7	1/3	3
16	1/7	1	7	65	1	1/5	1/2
17	3	5	3	66	1	5	7
18	1/5	1	5	67	1/6	1/5	5
19	1/5	3	7	68	1/3	1/5	1/3
20	1/	1	7	69	1/5	1/5	1
21	1	5	3	70	3	5	1
22	1/5	1	5	71	1/7	1/3	3
23	1/5	1	3	72	1	1/7	5
24	1/7	1	5	73	3	3	1
25	1/5	1	7	74	1/2	1/5	1/5
26	1/3	1	5	75	1/5	2	5
27	1/5	2	5	76	1	5	5
28	1	1/7	1/5	77	5	7	1
29	1	3	5	78	1/5	3	7
30	1/5	1	7	79	1/7	1/3	5
31	3	5	1	80	1/7	1	5
32	1/5	1/3	1				
33	1/5	1	5				
34	1/5	1/3	3				
35	1	3	3				
36	1/5	3	7				
37	1/5	1	3				
38	1/3	1	7				
39	1/3	1/5	1				
40	1/7	1	5				
41	1/7	1	3				
42	1/5	1	7				
43	1/7	1/3	5				
44	1	1	1				
45	2	3	3				
46	1/5	3	7				
47	1/5	1	5				
48	1/5	1	7				
49	1	1	1				

Ket:
K1 : < 8 buah
K2 : 8 – 15 buah
K3 : > 15 buah

Sub Faktor Harga

RESPONDEN	H1vH2	H1vH3	H2vH3	RESPONDEN	H1vH2	H1vH3	H2vH3
1	3	9	5	50	3	9	4
2	3	9	5	51	5	9	3
3	1	9	7	52	3	7	5
4	3	9	5	53	1	7	4
5	3	7	5	54	5	9	1
6	3	7	5	55	3	9	5
7	5	7	3	56	1	7	5
8	1	7	5	57	3	9	7
9	5	9	4	58	1	7	5
10	5	7	3	59	3	7	5
11	3	7	5	60	5	8	3
12	3	7	5	61	3	7	5
13	3	5	3	62	3	7	6
14	1	5	3	63	1	5	3
15	5	9	4	64	5	9	3
16	3	7	5	65	2	7	7
17	3	7	3	66	5	7	3
18	3	9	5	67	4	7	3
19	1	7	3	68	1	5	5
20	1	7	5	69	1	7	5
21	5	7	3	70	5	7	3
22	3	7	5	71	7	5	7
23	5	7	3	72	3	9	7
24	1	7	5	73	3	7	5
25	1	5	3	74	1	7	6
26	5	7	1	75	3	7	3
27	3	7	3	76	3	9	5
28	3	9	7	77	2	9	7
29	1	7	5	78	3	5	3
30	3	9	5	79	5	9	5
31	3	7	5	80	7	7	7
32	1	7	5				
33	3	7	5				
34	3	9	5				
35	3	7	3				
36	1	9	5				
37	3	7	5				
38	3	7	5				
39	3	5	3				
40	1	9	5				
41	3	9	7				
42	5	7	5				
43	5	7	5				
44	5	9	5				
45	1	7	5				
46	4	9	5				
47	3	5	3				
48	3	9	5				
49	3	9	7				

Ket:
H1 : Murah
H2 : Sedang
H3 : Mahal

Sub Faktor Iklan

RESPONDEN	I1vI2	I1vI3	I2vI3	RESPONDEN	I1vI2	I1vI3	I2vI3
1	7	5	1	50	7	3	1/5
2	5	3	1	51	5	4	1/3
3	3	5	3	52	3	3	1/3
4	5	1	1/3	53	5	3	1
5	5	3	1	54	5	2	1/3
6	5	4	1/3	55	5	5	1
7	3	5	1	56	5	3	1/3
8	5	5	1	57	7	5	1
9	7	3	1/5	58	7	7	1
10	7	3	1/4	59	7	5	1/3
11	3	5	1	60	5	3	1
12	5	1	1/3	61	5	3	1/4
13	5	3	1	62	7	6	1/3
14	5	3	1/3	63	7	7	1
15	3	5	1	64	5	7	3
16	3	7	5	65	5	9	3
17	5	5	1	66	5	7	1
18	7	5	1/3	67	5	7	2
19	5	5	1	68	5	3	1
20	5	5	1	69	7	7	1
21	3	5	1	70	5	1	1/4
22	7	7	1	71	7	3	7
23	5	6	3	72	7	5	1/3
24	3	7	3	73	3	9	3
25	7	7	1	74	4	5	1
26	5	5	2	75	5	1	1/3
27	5	1	3	76	3	2	1
28	7	5	1/3	77	4	5	3
29	5	5	1	78	5	3	1
30	7	7	1	79	5	7	3
31	7	3	1/3	80	7	1	5
32	7	5	1/3				
33	3	3	1/3				
34	5	3	1/3				
35	5	5	1				
36	5	5	1				
37	5	5	1				
38	7	5	1/3				
39	5	3	1/3				
40	7	5	1				
41	5	7	3				
42	5	5	1				
43	5	3	1				
44	5	3	1/3				
45	5	3	1				
46	5	3	1/3				
47	7	7	2				
48	7	7	1				
49	7	5	1/3				

Ket:

I1 : T

I2 : Media Cetak

I3 : Radio

Alternatif

1. Perlindungan: Daya Serap Tinggi

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	1	1	3	1	5	5	1	5	1/3	1/5
2	1/5	1	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
3	1/5	1/5	3	1	5	5	5	1	1	1
4	3	3	5	1	1	5	1/5	5	1	1/5
5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1
6	1	1/5	1	1	1/5	1	3	5	5	1
7	1	1	3	1	5	3	1	1	1	1
8	1	1/5	5	3	1/5	5	1	7	5	1
9	5	3	5	3	3	3	1	3	1	1/5
10	1/5	5	1	5	5	5	5	5	5	1
11	3	5	3	1	1	1/3	1/3	1	1/3	1/5
12	1/5	1/5	3	1/5	1	5	1	5	1	1/3
13	5	5	5	3	3	3	1	3	1	1/5
14	3	3	3	1	1	3	1/3	5	1/3	1/3
15	1/5	1	3	5	3	1	1	1	1/5	1/5
16	1/5	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
17	1	1/5	3	1	1/5	5	1	5	5	1
18	1	5	5	1	1	3	1/5	1	1/5	1/5
19	1/5	1/5	1	1	1	1	1	5	5	1
20	1	1	5	1	3	5	1	5	1	1/5
21	1	1/5	3	1	1/5	1/3	1	5	3	3
22	1/5	1/5	1/5	1/5	1	1	1	1	1/5	1/5
23	5	5	5	5	3	3	1	3	1	1/5
24	1	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
25	1	0.2	3	1	1	3	5	5	5	1/3
26	1/3	3	3	3	3	3	3	3	1	1/3
27	1	5	5	5	5	1	1	1	1	1
28	5	5	7	1	3	5	1	1	1/5	1/5
29	1	5	5	1	1	5	1/5	1	1/5	1/5
30	1/5	1/5	1	1	1	5	5	5	3	1/3
31	1	1	3	1/5	1	5	1/5	5	1/5	1/5
32	3	1	3	3	1/3	1	1	3	5	1
33	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
34	1/5	1	5	1	5	5	5	1	1/3	1/3
35	1	1/5	3	1	1/5	5	1	5	5	1
36	5	1	5	5	1	5	1	5	5	1
37	1	1/5	1	1/5	1	3	1	5	1	1/5
38	3	5	3	1	1	1/3	1/3	1	1/3	1/5
39	1/5	1	1	1/5	1	3	1	3	1	1/5
40	1/5	1/5	3	1	1	5	5	5	5	1
41	1/5	1/5	1/5	1/5	1	1	1	1	1/5	1/5
42	1	1	3	1	3	5	5	5	3	1/5
43	1/5	1	5	5	5	5	5	5	5	1
44	1	1/7	5	1	1/5	5	1	7	5	1
45	1	5	5	1	1	5	1/5	1	1/5	1/5
46	1	1/7	5	1	1/5	5	1	7	5	1
47	1/5	1	1	1/5	5	1	1	1	1/5	1/5

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
48	1/5	1/5	1	1	1	5	5	5	3	1/3
49	1/5	1	1	1/5	1	1	1	5	3	1/5
50	5	3	5	3	3	3	1	3	1	1/5
51	1/5	3	5	3	5	5	5	1	1	1/3
52	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
53	1	1	3	5	1	3	5	3	5	1
54	1/5	1	5	1	5	5	3	5	1	1/5
55	1/5	1	3	1	5	5	5	1	1	1
56	1	1	5	1	3	5	1	5	1	1/5
57	1/5	1/5	3	1/5	3	5	1	5	1	1/5
58	3	3	3	1	3	3	1/3	1	1/3	1/3
59	3	3	3	1	1	1	1/5	1	1/5	1
60	1	1/5	1	1	1/5	3	1	5	3	1/5
61	1	1	3	1/5	1	5	1/5	5	1/5	1/5
62	1/5	1	5	3	5	5	5	1	1	1/3
63	1	1/5	3	1	1	3	5	5	5	1/3
64	1	1/3	1	1	1/5	3	1	5	3	1/5
65	1/5	5	3	1	5	5	5	1	1	1
66	1	1	5	1	1	5	1	5	1	1
67	1/5	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
68	1/5	1	1	1/5	5	5	1	1	1/5	1/5
69	3	3	3	1	3	3	1/3	1	1/3	1/3
70	1/5	1	5	5	5	5	5	5	5	1
71	5	5	5	1	5	1	1/5	1	1/5	1/5
72	5	5	7	1	3	5	1	1	1/5	1/5
73	5	5	5	3	3	5	1	3	1	1/5
74	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1
75	1	1/5	3	1/5	1	5	1	5	1	1/5
76	1/5	1	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
77	1/5	5	3	1	5	5	5	1	1	1
78	5	5	5	3	3	3	1	3	1	1/5
79	1	1/3	1	1	1/5	3	1	5	3	1/5
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	1

Perekat Yang Kuat

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	1	1	3	1	1	3	1	3	1	1/3
2	1/5	1	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
3	1/5	5	1	1	5	5	5	1	1	1
4	3	3	5	1	5	3	1	1	1/5	1/2
5	3	1/3	3	1	1/5	1	1	5	5	1/3
6	1	1	3	1	5	5	5	3	1	1
7	1	1/5	5	1/3	1/5	5	1	7	1	1/5
8	1	1/5	5	1/3	1/5	5	1	7	1	1/5
9	3	1	3	1	1/3	1	1	5	1	1/3
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1
12	1/5	1/5	3	1/5	1	5	1	5	1	1/5
13	3	3	3	1	1/3	1	1	5	1	1/3

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
14	1	1	3	1	1	1	1	3	1	1
15	1/7	1	1	1	3	7	3	5	3	1/3
16	1/5	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
17	1	1/5	1	1	1/5	5	1	5	3	1
18	1	5	5	1	1	5	1/5	3	1/5	1/5
19	1/5	1/5	1	1	1	3	1	3	1	1/3
20	1	1	3	1	3	3	1	3	1	1/3
21	1	3	3	5	1/3	1	1/5	3	1	3
22	1/5	1/5	1/5	1/5	1/5	1	1/5	1	1/5	1/5
23	5	1	5	1	1/3	1	1	5	1	1/3
24	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
25	1	1/3	3	1	1	5	5	5	5	1
26	1	5	1	5	5	5	5	1	1	1
27	1	5	5	5	1	1	1	1	1	1
28	1	5	5	1	5	5	1	3	1	1/3
29	1	5	5	1	1	5	1/5	1	1/5	1/5
30	1	1/3	1	3	1	5	5	5	5	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	3	1	3	3	1	1	3	3	1	1
33	5	3	5	5	1	5	5	3	3	1
34	1/5	5	1	1	5	5	5	1	1/3	1
35	1	1/5	1	1	1/5	5	1	5	3	1
36	5	1	5	5	1	1	1	5	5	1
37	1	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
38	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1
39	1	3	3	1	3	3	1/5	1	1/5	1/5
40	1/5	1/5	1	1	5	5	3	3	1	1
41	1/5	1/5	1/5	1/5	1	1	1	1	1/5	1/5
42	1	1	3	1	3	3	1	3	1	1/3
43	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
44	1	1/7	1	1	1/5	1	1	7	7	1
45	1	5	5	1	1	5	1/5	1	1/5	1/5
46	1	1/7	1	1	1/5	1	1	7	7	1
47	1/5	1	1	1/3	5	1	1	1	1/5	1
48	1	1/3	1	3	1	5	5	5	5	1
49	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
50	3	1	3	1	1/3	1	1	5	1	1/3
51	1	5	1	5	5	5	5	1	1	1
52	5	3	5	5	1	5	5	3	3	1
53	1	3	3	3	3	3	1	3	3	1
54	1	1	5	1	3	5	1	1	1/5	1/2
55	1/5	1	1	1	5	5	5	1	1	1
56	1	1	3	1	3	3	1	3	1	1/3
57	1/5	1	1	1/5	3	5	1	5	1/3	1/3
58	3	1	3	3	1	1	3	3	1	1
59	1	5	5	5	5	3	3	3	3	1
60	1/5	1	3	1/5	1	1	3	1	1/5	1/3
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	1/5	5	1	5	5	5	5	1	1	1
63	1	1/3	3	1	1	5	5	5	5	1

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
64	1/5	1	3	1/5	3	3	1	1	1/5	1/3
65	1/5	5	1	1	1	5	5	1	1	1
66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
67	1/5	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
68	1/5	1	1	1/5	5	1	1	1	1/5	1/5
69	3	1	3	3	1	1	3	3	1	1
70	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
71	5	5	5	1	5	1	1/5	1	1/5	1/5
72	1	5	5	1	5	5	1	3	1	1/3
73	5	1	3	3	1/5	1	1	5	1	1/3
74	5	5	5	5	1	1	1	5	5	1
75	1	1	1	1/5	1	5	1	3	1/3	1/3
76	1/5	1	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
77	1/5	5	1	1	5	5	5	1	1	1
78	3	3	3	1	1/3	1	1	5	1	1/3
79	1/5	1	3	1/5	3	3	1	1	1/5	1/3
80	1/5	3	1	5	3	1	5	1	5	1

Anti Kerut dan Anti Bocor

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	1	3	3	3	3	5	1	1	1	1/5
2	1/5	1	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
3	1/5	1	5	1	1	5	5	5	5	1
4	3	3	5	1	5	1/5	3	1	1/5	1/5
5	5	1	5	5	1	5	1	5	5	1
6	1	1/5	3	1	1/5	5	5	5	5	1
7	1/5	1	3	1	3	5	1	1	1	1/5
8	1	1/5	1	1	1/5	3	1	7	3	1/3
9	3	1	5	3	1	3	1	3	1	1/5
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	3	3	5	3	3	1	1/3	1	1/5	1/5
12	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1
13	3	1	5	3	1	5	1	5	1	1/5
14	1	1	3	1	1/3	3	1/3	5	1	1/3
15	1/5	1	1	1	5	5	3	1	3	1
16	1/5	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
17	1	1/5	1	1	1/5	3	3	5	5	1/3
18	1	5	5	1	5	5	1/5	1	1/5	1/5
19	1/5	1/5	1	1	1	3	1	3	3	1
20	1	1	5	3	3	5	1	3	1	1/5
21	3	1/3	5	1	1	3	1	3	1	1
22	1/5	1/5	1/5	1/5	1	1	1	1	1/5	
23	3	1	5	3	1	3	1	3	1	1/5
24	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
25	1	1/5	3	1	1/5	5	1	5	1	1/5
26	1/5	1	1	1	5	5	1	1	1	1/5
27	1	5	5	5	1	1	1	1	1	1
28	1	5	5	1	1	3	1	5	1	1/3
29	1	3	5	1	3	5	1/5	1	1/5	1/5
30	1	1/5	3	1	1/5	5	1/3	5	3	1/5

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
31	1	1	1	1/3	1	5	1	5	1	1/7
32	3	1	3	1	1/3	3	1/3	3	1	1
33	5	1	5	5	0.2	3	1	5	3	1/3
34	1/5	1	5	1	5	5	5	1	1	1
35	1	1/5	1	1	1/5	3	3	5	5	1/3
36	5	1	5	5	1	1	1	5	5	1
37	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
38	3	3	5	3	3	1	1/3	1	1/5	1/5
39	1/5	1/5	1	1/5	1	5	5	5	1	1/5
40	1/5	1/5	1	1	1	5	3	5	5	1
41	1/5	1/5	1/5	1/5	1	1	1	1	1/5	1/5
42	1	1	5	3	5	5	1	3	3	1/5
43	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
44	1	1/7	1	1	1/5	3	3	7	7	1/3
45	1	3	5	1	3	5	1/5	1	1/5	1/5
46	1	1/7	1	1	1/5	3	3	7	7	1/3
47	1/5	1	1	1	3	7	3	5	3	1/3
48	1	1/5	3	1	1/5	5	1/3	5	3	1/5
49	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
50	3	1	5	3	1	3	1	3	1	1/5
51	1/5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
52	5	1	5	5	1/5	3	1	5	3	1/3
53	1	3	3	3	1	3	3	3	1	1
54	1/5	1	3	1	3	5	1	5	1	1/3
55	1/5	1	5	1	1	5	5	5	5	1
56	1	1	5	3	3	5	1	3	1	1/5
57	1	1	5	1	3	5	1	5	3	1/3
58	3	1	3	1	1/3	3	1/3	3	1	1
59	3	1/5	1	1/3	1	5	1	5	1	1/7
60	1/3	3	5	1	5	3	1	1	1/3	1/5
61	1	1	1	1/3	1	5	1	5	1	1/7
62	1/5	3	5	1	3	5	5	1	1	1
63	1	1/5	3	1	1/5	5	1	5	5	1/5
64	1/3	3	3	1	5	3	1	1	1/3	1/5
65	1/5	1	5	1	1	5	5	5	5	1
66	5	5	5	5	1	5	3	5	1	1
67	1/5	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
68	1/5	1	1	1/5	1	5	1	1	1/5	1/5
69	3	1	3	1	1/3	3	1/3	3	1	1
70	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
71	5	5	5	1	5	1	1/5	1	1/5	1
72	1	5	5	1	1	3	1	5	1	1/3
73	3	1	5	3	1	3	1	3	1	1/5
74	1	1	1	5	1	5	1	5	5	1
75	1	1	3	1	1	5	1	5	3	1/3
76	1/5	1	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
77	1/5	1	5	1	1	5	5	5	5	1
78	3	1	5	3	1	5	1	5	1	1/5
79	1/3	3	3	1	5	3	1	1	1/3	1/5
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	5

Tidak Menimbulkan Gatal dan Iritasi

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	1	3	3	3	3	5	1	1	1	1/5
2	1/5	1	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
3	1/5	1	5	1	1	5	5	5	5	1
4	3	3	5	1	5	1/5	3	1	1/5	1/5
5	5	1	5	5	1	5	1	5	5	1
6	1	1/5	3	1	1/5	5	5	5	5	1
7	1/5	1	3	1	3	5	1	1	1	1/5
8	1	1/5	1	1	1/5	3	1	7	3	1/3
9	3	1	5	3	1	3	1	3	1	1/5
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	3	3	5	3	3	1	1/3	1	1/5	1/5
12	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1
13	3	1	5	3	1	5	1	5	1	1/5
14	3	3	3	1	1	3	1	3	1	1/3
15	1/5	1/5	1	1	1	5	3	5	1	1
16	1	1/5	1	1/5	1	1	1	5	1	1/5
17	1	1/5	1	1	1	1	1	5	5	1
18	1	5	5	1	5	5	1	3	1/5	1/5
19	1/5	1/5	1	1	1	3	1	1	1	1
20	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1
21	3	1	3	1	1	3	5	1	3	5
22	1/5	1/5	1/5	1/5	1	1	1/5	1	1/5	1/5
23	1	5	5	1	3	5	1	5	1	1/5
24	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
25	1	1	5	1	1	5	1	5	3	1/5
26	1/5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
27	1	5	5	5	1	1	1	1	1	1
28	3	5	5	5	5	1	5	1	1	1
29	1	1	5	1	5	5	1	3	1/5	1/5
30	1	1	3	3	1	3	3	3	3	1/5
31	1	1	3	1/5	1	3	1/5	3	1	1/7
32	3	3	3	1	1	3	1	3	1	1
33	5	5	5	2	1	1	1	3	3	1
34	1/5	1	3	3	5	5	5	1	1	1
35	1	1/5	1	1	1	1	1	1	5	5
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	3	3	5	3	1	1	1	1	1	1
39	1/5	1/5	1	1/5	1	3	3	3	3	1/5
40	1/5	1/5	1	1	5	5	5	5	5	1
41	1/5	1/5	1/5	1/5	1	1	1	1	1/5	1/5
42	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1
43	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
44	1	1/7	1	1	1	1	1	7	5	1
45	1	1	5	1	5	5	1	3	1/5	1/5
46	1	1/7	1	1	1	1	1	7	5	1
47	1/5	1	1	1	5	5	3	1	3	1

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
48	1	1	3	3	1	3	3	3	3	1/5
49	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
50	1	5	3	1	3	3	1	3	1	1/3
51	1/5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
52	5	5	5	2	1	1	1	3	3	1
53	1	3	3	3	1	3	3	1	1	1
54	1	3	3	1	5	5	1	1	1	1/3
55	1/3	1	3	3	3	3	3	3	3	1
56	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1
57	1	3	1	1	3	3	1	1	1	1
58	3	3	3	1	1	3	1	3	1	1/7
59	1	3	3	1/5	3	3	1/5	1	1	1
60	3	1	5	1/3	1/3	1	1/5	1	1	1/3
61	1	1	3	1/5	1	3	1/5	3	1	1/7
62	1/5	3	3	3	5	5	5	1	1	1
63	1	1	5	1	1	5	1	5	3	1/5
64	3	1	3	1/3	1/3	1	1/5	1	1	1/3
65	1/5	1	5	5	5	5	5	5	5	1
66	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1
67	1	1/5	1	1/5	1	1	1	5	1	1/5
68	1/5	1	1	1/5	1	1	1	1	1/5	1/5
69	3	3	3	1	1	3	1	3	1	1
70	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
71	5	5	5	1	5	1	1/5	1	1/5	1
72	3	5	5	5	5	1	5	1	1	1
73	1	5	5	1	1	5	1	5	1	1/3
74	3	1	5	3	1	5	3	5	3	1
75	1	3	1	1	1	3	3	1	1	1
76	1/5	1	1	1/5	1	5	1	5	1/5	1/5
77	1/5	1	5	5	5	5	5	5	5	1
78	1	3	3	1	3	3	3	3	1	1/3
79	3	1	3	1/3	1/3	1	1/5	1	1	1/3
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	5

2. Ketebalan : Tebal

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	1	5	1	1	3	3	1	1	1	1
2	1/5	1/5	5	1	1	5	5	5	5	1
3	1/5	1	5	1	5	5	5	5	1	1/5
4	1	1/5	3	1/5	1/5	3	1/5	5	3	1/5
5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
6	1	1/7	1	1	1	5	1	7	4	1/3
7	1	3	5	3	3	5	3	3	1	1
8	1	1/5	1	3	1/5	5	3	5	5	1
9	3	1	5	1/3	1	1	1/3	5	1	1/3
10	1/5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
11	3	5	3	3	1	3	1	1	1/5	1
12	1	1/5	1	1	1/5	1	1	5	1	1
13	3	1	5	1	1	1	1/5	5	1	1/3

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
14	1	1/3	1	1/3	1/3	1	1	3	1	1/3
15	1	3	3	3	3	1	1	1	1	1/2
16	1	1/5	3	1/5	1	3	1	5	1	1/5
17	1	1/5	5	1	1/5	5	1	5	5	1
18	1	1/5	1	1/5	1/5	1	1/5	1/5	1	1/5
19	1/3	1/5	1	1/5	1/3	3	1	5	3	1/3
20	1	1/5	1	1	1/5	1	1	5	3	1/3
21	3	1	3	1	1/3	3	1	3	1	1/3
22	1	1	1	1/5	1	5	1/3	5	1/5	1/5
23	1	1	1	1/5	1	1	1/5	1	1/5	1
24	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	7	1/5	1/5
25	1	1/5	1	1/5	1	5	1/3	3	1	1/3
26	1/5	1/3	1	1/3	1	5	3	5	3	1/3
27	1	5	5	3	1	1	1	1	1	1
28	1	1/7	1	1	1/5	3	3	5	5	1
29	1	1/5	1	1/5	1/5	1	1/5	5	3	1/5
30	1	1/3	1	0,2	1	5	1/3	3	1	1/3
31	1	1	3	1/3	1	5	1	5	1	1/5
32	1	1/3	1	1/3	1/3	1	1	3	1	1/3
33	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
34	1/5	1/5	1	1/5	1	5	5	5	5	1/3
35	1	1/5	1	1	1/5	5	1	5	5	1
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	1/5	1/5	1	1/5	1	5	5	5	5	1
38	1	1/5	1	1	1/5	1	1	5	3	1/3
39	1	1/3	1	1/3	1/3	1	1/3	3	1	1/3
40	1	1/5	1	1	1/5	1	1	5	5	1
41	1	1	1	1/5	1	5	1/3	5	1	1/5
42	1	1/5	1	1	1/5	1	1	5	3	1/3
43	1/5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
44	1	1/5	3	3	1/5	3	3	5	5	1
45	1	1/5	1	1/5	1/5	1	1/5	5	3	1/5
46	1	1/5	3	3	1/5	3	3	5	5	1
47	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1
48	1	1/3	1	1/5	1	5	1/3	3	1	1/3
49	1/5	1/5	1	1/5	1	5	5	5	5	1
50	3	1	5	1/3	1	1	1/3	5	1	1/3
51	1/5	1/3	1	1/3	1	5	5	5	5	1/3
52	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
53	1	1/3	3	1	1	3	3	3	3	1
54	1/3	1/5	1	1/5	1/3	3	3	5	5	1/3
55	1/5	1	5	1	5	5	3	5	1	1/5
56	1	1/5	1	1	1/5	1	1	5	3	1/3
57	1	1/3	3	1	1/5	5	1	5	1	1/3
58	1	1/3	1	1/3	1/3	1	1	3	1	1/3
59	1	1	3	1/3	1	5	1	5	1	1/5
60	1/3	1/5	5	1	1/3	3	1	5	3	1/3
61	1	1	3	1/3	1	5	1	5	1	1/5
62	1/5	1/5	1	1/5	1	5	5	5	5	1/3
63	1	1/5	1	1/5	1	5	1/3	3	1	1/3

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
64	1/3	1/5	3	1	1/3	3	1	5	3	1/3
65	1/5	1	5	1	5	5	5	5	1	1/5
66	1	1/5	1	1	1	1	1	5	1	1
67	1	1/5	3	1/5	1	3	1	5	1	1/5
68	1/5	1/5	1	1	1	5	5	5	5	1
69	1	1/3	1	1/3	1/3	1	1	3	1	1/3
70	1/5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
71	5	5	5	1	1/3	1	1/5	3	1/5	3
72	1	1/7	1	1	1/5	3	3	5	5	1
73	3	1	5	1	1	1	1	5	1	1/3
74	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
75	1	1/5	3	1	1	3	3	5	5	1
76	1/5	1/5	5	1	1	5	5	5	5	1
77	1/5	1	5	1	5	5	5	5	1	1/5
78	3	1	5	1	1	1	1/5	5	1	1/3
79	1/3	1/5	3	1	1/3	3	1	5	3	1/3
80	1/5	1	1	5	1	5	5	1	5	5

Sedang

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	3	5	5	5	3	7	1	3	1	1
2	1/5	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1
3	1/5	1	5	1	5	5	5	5	1	1/5
4	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1
5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
6	1	1/5	1	1	1/5	5	1	5	5	1/3
7	1	3	5	3	3	5	3	3	1	1
8	1	1	1	1	3	5	5	1	1	1/3
9	5	1	5	2	1	5	1	5	1	1/5
10	1/5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
11	3	5	1	1	3	1	1	1/5	1/5	1
12	1	1/5	1/5	1	1/5	1/5	1	1	1	1
13	5	1	5	1	1	5	1	5	1	1/5
14	1	3	1	3	3	1	3	1/3	1	1
15	1	5	1	3	5	1	1	1/3	1	1
16	1	5	3	5	1	3	1	1	1	1
17	1	1/5	3	3	1/5	5	5	5	5	1
18	1	5	1	1	5	1	1/5	1/5	1/5	1/5
19	1	5	5	1	5	3	3	1	1	1/5
20	3	3	3	1	3	3	1	3	1	1/3
21	3	3	1	3	1	1	3	1/3	1	1
22	1	1	1	1/5	1	1	1/5	1	1/5	1/5
23	5	1	5	2	1	5	1	5	1	1/5
24	1/5	1/5	1	1/5	1	3	1/5	3	1	1/5
25	1	1	1	1	1	3	1	5	5	1
26	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	3	1/5
27	1	3	5	3	1	5	3	3	1	1
28	1	5	1	1	3	1	1	1	1	1
29	1	5	1	1	5	1	1	1/5	1/3	1/5
30	1	1	1	1	1	3	3	3	5	1

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
31	1/3	1	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
32	1	3	1	3	3	1	3	1/3	1	1
33	5	1	5	3	1/5	1	1	5	5	1
34	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	5	1/5
35	1	1/5	3	3	1/5	5	5	5	5	1
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1/5	5	1	1/5
38	3	5	3	3	1	3	1	1	1	1/5
39	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1
40	1/5	1/5	1	1	3	5	3	3	1	1
41	1	1	1	1/5	1	1	1	1	1/5	1/5
42	3	3	3	1	3	3	1	3	1	1/3
43	1/5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
44	1	1/5	3	3	1/5	5	5	5	5	1
45	1	5	1	1	5	1	1	1/5	1/3	1/5
46	1	1/5	3	3	1/5	5	5	5	5	1
47	1	3	3	1	3	1	1	1	1/3	1/5
48	1	1	1	1	1	3	3	3	5	1
49	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1/5
50	5	1	5	2	1	5	1	5	1	1/5
51	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	1	5	5
52	5	1	5	3	1/5	1	1	5	5	1
53	1	3	1	1	3	3	1	1/3	1/3	1/3
54	1	3	5	1	5	3	1	1	1	1
55	1/5	1	5	1	5	5	3	5	1	1/5
56	3	3	3	1	3	3	1	3	1	1/3
57	1	1/3	1	1	1	1	1	3	3	1
58	1	3	1	3	3	1	3	1/3	1	1
59	1/3	1	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
60	3	3	5	3	1	1	3	1/3	1	1
61	1/3	1	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
62	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	5	1/5
63	1	1	1	1	1	3	1	5	5	1
64	3	3	1	3	1	1	3	1/3	1	1
65	1/5	1	5	1	5	5	5	5	5	1
66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
67	1	5	3	5	1	3	1	1	1	1
68	1/5	1	1	1	5	5	5	1	1	1
69	1	3	1	3	3	1	3	1/3	1	1
70	1/5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
71	5	5	5	1	3	1	1/5	5	1/5	1
72	1	5	1	1	3	1	1	1	1	1
73	3	1	5	1	1	5	1	5	1	1/5
74	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
75	1	1/3	1	1	1	1	1	3	3	1
76	1/5	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1
77	1/5	1	5	1	5	5	5	5	1	1/5
78	5	1	5	1	1	5	1	5	1	1/5
79	3	3	1	3	1	1	3	1/3	1	1
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	5

Tipis

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	5	5	5	5	3	1	3	1	1	1
2	1	5	1	1	5	1	1	1/5	1/5	1
3	1/5	1	5	1	5	5	5	5	1	1
4	1	5	3	3	5	3	5	3	1	1
5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
6	1	5	1	5	3	1	5	1	1	5
7	3	5	3	3	5	3	3	1	1	2
8	1	1/5	5	5	1/5	5	3	5	5	1
9	5	5	1	1	1	1/5	1	1/5	1	5
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	1	1	1	1/3	1	1	1/3	3	1/3	1
12	1	5	1/3	1	5	1/3	1	1/5	1	5
13	5	5	1	5	1	1/5	3	1/5	5	3
14	1	3	1	3	3	1	3	1/3	1/3	1
15	1	1	1	3	1	1/3	5	1	5	5
16	1	5	1/3	5	5	1/3	1	1/5	1	5
17	1	1/5	3	1	1/5	5	3	5	5	1
18	1	5	1	1	5	1	1	1/5	1/5	5
19	1	5	5	1	1	3	1	1	1	1
20	1	5	1	1	5	1	1	1/5	1	3
21	3	3	5	5	1	1	3	1	3	1
22	1	1	1	3	3	1	5	1/5	1	5
23	5	5	1	1	1	1/5	1	1/5	1	5
24	5	5	1/5	1	1	1/5	1	1/5	1	5
25	1	5	1/5	3	1	1/5	3	1/5	1	5
26	1	1	1	1	1	5	5	5	5	1
27	1	5	3	3	5	3	3	1	1	2
28	5	5	1	5	1	1/3	3	1/3	1	3
29	1	3	1	1	5	1	1	1/5	1/5	5
30	3	5	1/3	3	3	1/5	3	1/5	1	5
31	1	1	1	1/5	1	1	1	1	1	1/5
32	1	3	1	3	3	1	3	1/3	1/3	1
33	5	5	3	1	1/3	1/3	1/5	1/5	1/5	1/3
34	1/5	1	1	1	3	3	5	1	1	3
35	1	1/5	3	1	1/5	5	3	5	5	1
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	1/5	1/5	1	1/5	1	1	1	5	1	1/5
38	3	5	1	1	3	1	1	1/5	1/5	1
39	1	3	1/3	3	3	1/3	3	1/3	1	3
40	5	5	1	3	1	1	1	1	2	3
41	1	1	1	5	3	1	5	1/5	1	5
42	1	5	1	1	5	1	1	1/5	1	3
43	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
44	1	1/5	5	5	1/5	5	3	5	5	1
45	1	3	1	1	5	1	1	1/5	1/5	5
46	1	1/5	5	5	1/5	5	3	5	5	1
47	1	5	1	1	5	1	1	1/3	1	3

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
48	3	5	1/3	3	3	1/5	3	1/5	1	5
49	1/5	1	1	1/5	1	3	1	3	1	1/5
50	5	5	1	1	1	1/5	1	1/5	1	5
51	1/5	1/5	1	1	5	5	5	5	5	1
52	5	5	3	1	1/3	1/5	1/5	1/5	1/5	1/3
53	1	3	1	1	3	1/3	1	1/3	1/3	3
54	1	5	1	1	5	5	1	1	1/5	1/3
55	1/5	1	5	5	5	5	5	1	1	1
56	1	5	1	1	5	1	1	1/5	1	3
57	1	1	1	1	3	1	3	1/3	1/3	3
58	1	3	1	3	3	1	3	1/3	1/3	1
59	1	1	1	1/5	1	1	1/5	1	1/5	1/5
60	1/5	1	3	1	5	3	0.2	3	1/5	1/3
61	1	1	1	1/5	1	1	1	1	1	1/5
62	1/5	1	1	1	5	5	3	1	1	3
63	1	5	1/5	3	1	1/5	3	1/5	1	5
64	1/5	1	3	1	3	5	1	3	1/5	1/3
65	1/5	1	5	5	5	5	5	1	1	1
66	5	5	1	5	1	1	1	1	1	5
67	1	5	1/3	5	5	1/3	1	1/5	1	5
68	5	5	3	1	3	1/5	1/5	1/5	1/5	1
69	1	3	1	3	3	1	3	1/3	1/3	1
70	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
71	5	5	5	1	3	1	3	1/3	1/3	1
72	5	5	1	5	1	1/3	3	1/3	1	3
73	5	5	1	1	1	1/5	1	1/5	1	5
74	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
75	1	1	1	1	1	1	1	1/3	1/3	3
76	1	5	1	1	5	1	1	1/5	1/5	5
77	1/5	1	5	1	5	5	5	5	1	1/5
78	5	5	1	5	1	1/5	3	1/5	3	5
79	1/5	1	3	1	3	5	1	3	1/5	1/3
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	5

3. Isi Kemasan : < 8 buah

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	5	5	5	5	3	5	1	1	1	1
2	1/5	1	1	1	5	5	5	1	5	1
3	1/5	1	1	5	5	5	5	1	1	1
4	1	3	3	3	3	3	1	1	1	2
5	5	1	5	3	1	5	3	5	5	1
6	1	1	1	3	3	1	3	1	3	1
7	1	1	1	5	3	3	5	1	1	1
8	1	1/5	3	5	1/5	5	5	5	5	1
9	5	5	5	5	1	1	3	3	1	1
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	1	1	1	1/3	1	1	1/3	3	1/3	1
12	1	1	5	5	1	5	5	1	5	1
13	5	5	5	5	1	1	1	3	3	1
14	1	5	1	5	3	5	3	1	1	1

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
15	1	1	1	3	1	1	3	1	3	5
16	1/5	1/5	1	1	5	5	5	5	5	1
17	1	1/5	5	5	1/5	5	5	5	5	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	5	5	1	1	3	1	1	1	1
20	1	5	5	5	3	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1/5	1	3	1/5	1/5	1	5	5	5
23	5	5	5	5	1	1	3	3	1	1
24	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
25	1	1	3	3	3	1	3	1	3	5
26	1	1	1	1	1	5	5	5	5	1
27	1	1	1	3	3	3	3	1	1	1
28	1	1	1	1	1/3	1	1	5	1	1/5
29	1	3	1	3	5	1	3	1/3	1	3
30	1	3	5	5	5	1	5	1	3	3
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	5	5	5	3	1	1	1	5	3	1
34	1/5	1	1	1	5	3	3	3	3	1
35	1	1/5	5	5	1/5	5	5	5	5	1
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	1/5	1/5	1	1/5	1	1	1	5	1	1/5
38	1	1	1	1/3	1	1	1/3	3	1/3	1
39	1/5	5	1	1	5	5	5	1	1	1
40	1/5	1/5	1	1	2	5	5	5	1	1
41	1	1/5	1/5	3	1/5	1/5	1	5	5	3
42	1	5	5	5	3	1	1	1	1	1
43	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
44	1	1/5	5	5	1/5	5	5	5	5	1
45	1	3	1	3	5	1	3	1/3	1	3
46	1	1/5	5	5	1/5	5	5	5	5	1
47	1/3	1	1	3	1	1/3	5	1	5	5
48	1	3	5	5	5	1	5	1	3	3
49	1/5	1/5	1	1/5	1	5	3	5	3	1/5
50	5	5	5	5	1	1	3	3	1	1
51	1/5	1/5	1	1	5	5	5	5	5	1
52	5	5	5	3	1	1	1	5	3	1
53	1	3	3	1	3	3	3	1	1	1/3
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1/5	1	5	3	5	5	3	1	1	1
56	1	5	5	5	3	1	1	1	1	1
57	1	5	1	3	1	3	3	1	1	1
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59	1	5	1	1	5	5	1	5	5	1
60	5	1	5	5	1	1	1	1	1	1
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
62	1/5	1	1	1	5	5	5	5	5	1
63	1	1	3	3	3	1	3	1	3	5
64	5	1	5	5	1	1	1	1	1	1

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
65	1/5	1	5	5	5	5	5	1	1	1
66	1	1	1/5	1/5	1	1	1	1/5	1/5	1
67	1/5	1/5	1	1	5	5	5	5	5	1
68	1/5	1	1/5	1/5	5	1	1	1/5	1/5	1
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
70	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
71	5	5	5	1	3	1	3	1	1/3	1
72	1	1	1	1	1/3	1	1	5	1	1/5
73	5	3	3	5	1	3	1	1	1	1
74	5	1	5	3	1	5	3	5	5	1
75	1	3	1	3	3	3	3	1	3	1
76	1/5	1	1	1	5	5	5	1	5	1
77	1/5	1	5	5	5	5	5	1	1	1
78	5	5	5	5	1	1	3	3	1	1
79	5	1	5	5	1	1	1	1	1	1
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	5

8 – 15 buah

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	5	5	5	5	1	1	5	1	1	1
2	1/5	1/5	1	1	1/5	1	1	5	5	1
3	1/5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
4	1	3	3	3	3	1	1	1	1	3
5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
6	1	1/5	1	1	1	1	1	3	3	3
7	1	5	5	5	1	5	5	3	3	1
8	1/3	1/3	5	1	1	5	5	5	5	1
9	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	3	3	3	3	1	1	3	1	3	1
12	1	1/5	5	1	1/5	1	1/5	5	1	1/5
13	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1
14	1	5	1	5	5	5	3	1	1	1
15	1/5	3	3	3	5	5	5	1	1	1
16	1/5	1/5	1	1	5	5	5	5	5	1
17	1	1/5	5	1	1	5	5	5	5	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	5	5	1	1	3	1	1	1	1
20	1	5	5	5	3	1	5	1	1	1
21	3	1	3	3	1/3	3	3	3	3	1
22	1	1/5	1	3	1/5	1/5	1	5	5	5
23	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1
24	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
25	1	1/3	1	1	1	3	5	3	3	1/3
26	1	1	1	1	1	5	5	5	5	1
27	1	5	3	3	1	3	3	3	3	1
28	1	5	1	1	1	1	1	1/5	1	3
29	1	3	1	3	5	1	3	1	1	3
30	1	1/3	1	1	1	5	5	5	3	1/3
31	1/3	1/5	1	1/5	5	5	1	5	1	1/5

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	5	5	5	3	1	3	3	3	3	1/3
34	1/5	1	3	3	1	5	3	5	3	1/3
35	1	1/5	5	1	1	5	5	5	5	1
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	1/5	1/5	1	1/5	1	1	1	5	1	1/5
38	3	3	3	3	1	1	3	1	3	1
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	5	5	5	5	1	5	5	1	1	1
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	5	5	5	3	1	5	1	1	1
43	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
44	1/5	1/5	5	1	1	5	5	5	5	1
45	1	3	1	3	5	1	3	1	1	3
46	1/5	1/5	5	1	1	5	5	5	5	1
47	1/3	1	1	3	1	1	3	1	3	5
48	1	1/3	1	1	1	5	5	5	3	1/3
49	1/5	1/5	1	1/5	1	3	3	3	3	1/5
50	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1
51	1/5	1/5	3	3	1	5	5	5	5	1/3
52	5	5	5	3	1	3	3	3	3	1/3
53	1	3	3	3	3	3	1	1	3	1
54	1	1/5	1	1	1/3	1	1	5	3	1
55	1/5	1	5	5	5	5	5	1	1	1
56	1	5	5	5	3	1	5	1	1	1
57	1	5	1	3	3	3	1	1	1	1
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59	1/3	1/5	1	1/5	5	5	1	5	1	1/5
60	1	1/5	1	3	1/3	3	1	5	3	1
61	1/3	1/5	1	1/5	5	5	1	5	1	1/5
62	1/5	1	3	3	1	5	5	5	5	1/3
63	1	1/3	1	1	1	3	5	3	3	1/3
64	1	1/5	1	3	1/3	3	1	5	3	1
65	1/5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
66	1	1	3	3	1	1	3	1	3	1
67	1/5	1/5	1	1	5	5	5	5	5	1
68	1/5	1	1	1	5	5	5	1	1	1
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
70	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
71	5	5	5	1	3	1	1/5	1	1/5	1
72	1	5	1	1	1	1	1	1/5	1	3
73	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1
74	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
75	1	3	1	3	3	3	3	1	3	1
76	1/5	1/5	1	1	1/5	1	1	5	5	1
77	1/5	1	5	5	5	5	5	1	1	1
78	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1
79	1	1/5	1	3	1/3	3	1	5	3	1
80	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1

15 buah

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1
2	1/5	1/5	1	1	1/5	5	5	5	5	1
3	1/5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
4	3	3	3	5	1	1	1	3	1	1
5	5	5	1	5	1	1	5	1	5	5
6	1	3	5	5	3	5	3	5	1	1
7	1	1	5	1	1	5	5	3	1	1
8	1/3	1/3	3	1	1	5	5	5	5	1/5
9	1	5	1	5	3	5	3	1	1	1
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	1	5	5	1	3	5	3	1	1	1
12	1	1/5	1	1	1/5	1	1/5	5	1	1/5
13	1	5	1	5	3	5	3	1	1	1
14	3	1	3	3	1	1	1	3	3	1
15	1/5	3	3	3	5	5	5	1	1	1
16	1/5	1/5	1	1	5	5	5	5	5	1
17	1/5	1/5	1	1	1	5	5	5	5	1/5
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	1	5	5	1	1	3	1	1	1	1
20	1	5	5	5	3	5	1	1	1	1
21	3	5	3	5	1/3	1	1/3	3	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	5	1	5	3	5	3	1	1	1
24	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
25	1	1/5	1	1	1	3	3	3	3	1
26	1	1	1	1	1	5	5	5	5	1
27	1	1	5	1	1	3	3	3	1	1
28	1	5	3	5	5	5	5	1	1	1
29	1	3	1	3	5	1	3	1/3	1	3
30	1	0,2	1	1	1	5	3	5	5	1
31	1/3	1	1	1	1	3	1	5	1	1/5
32	3	1	3	3	1	1	1	3	3	1
33	5	5	5	5	1	5	5	1	1	1
34	1/5	1	1	3	1	5	3	5	3	1
35	1/5	1/5	1	1	1	5	5	5	5	1/5
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	1/5	1/5	1	1/5	1	1	1	5	1	1/5
38	1	5	5	1	3	5	3	1	1	1
39	1/5	1/5	1	1	1	5	5	5	1	1/5
40	1	1	5	3	1	3	3	3	1	1/3
41	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1/5
42	1	5	5	5	3	5	1	1	1	1
43	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
44	1/5	1/5	3	1	1	5	5	5	5	1/5
45	1	3	1	3	5	1	3	1/3	1	3
46	1/5	1/5	3	1	1	5	5	5	5	1/5
47	1/5	3	1	3	5	1	5	1	1	3

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
48	1	1/5	1	1	1	5	3	5	5	1
49	1/5	1/5	1	1/5	1	1	1	5	1	1/5
50	1	5	1	5	3	5	3	1	1	1
51	1/5	1/5	1	3	1	5	3	5	5	1
52	5	5	5	5	1	5	5	1	1	1
53	1	3	3	3	3	3	1	1	3	1
54	3	3	3	5	1	1	1	3	5	1
55	1/5	1	5	5	5	5	5	1	1	1
56	1	5	5	5	3	5	1	1	1	1
57	1	1	1/5	1	1	1/5	1	1	5	5
58	3	1	3	3	1	1	1	3	3	1
59	1/3	1	1	1	1	5	1	5	1	1/5
60	3	1	5	5	1/5	1	1/5	5	3	1
61	1/3	1	1	1	1	3	1	5	1	1/5
62	1/5	1	1	3	1	5	3	5	5	1
63	1	1/5	1	1	1	3	3	3	3	1
64	3	1	6	5	1/5	1	1/5	5	3	1
65	1/5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
66	1	1	5	1	1	5	1	5	1	1
67	1/5	1/5	1	1	5	5	5	5	5	1
68	1/5	1	1	1	1	5	5	5	5	1
69	3	1	3	3	1	1	1	3	3	1
70	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
71	5	5	5	1	1	5	1/5	3	1/5	1/5
72	1	5	3	5	5	5	5	1	1	1
73	1	5	5	5	3	5	3	1	1	1
74	5	5	1	5	1	1	5	1	5	5
75	1	1	3	3	1	3	3	1	3	3
76	1/5	1/5	1	1	1/5	5	5	5	5	1
77	1/5	1	5	5	5	5	5	1	1	1
78	1	5	1	5	3	5	3	1	1	1
79	3	1	6	5	1/5	1	1/5	5	3	1
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	5

4. Harga : Murah

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	3	3	5	1	1	1	1	1	1	1/5
2	1	1/5	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	5
3	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
4	1	1	1/5	5	1	1/5	3	1/3	5	7
5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
6	1	1	1/5	5	1	1/5	5	1/5	5	7
7	3	3	1/5	5	1	1/5	1	1/5	1	5
8	1	1	1	5	1	1/5	5	1/5	5	5
9	1	1	3	3	1	3	5	3	5	7
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	3	3	1	5	1	1/3	1	1/3	5	5
12	1	1	1/5	5	1	1/5	5	1/5	5	5
13	1	1	1/3	5	1	1/3	5	1/3	5	5
14	1	1	1/3	3	1	1/3	3	1/3	3	3

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
15	1	1/3	1/5	5	1	1/5	5	1/3	5	5
16	1	1/5	1	1/5	1/5	1	1/5	5	1	1/5
17	1/5	1	1	1	1	5	1	5	1	1/5
18	5	5	1	5	1	1/5	5	1/5	1	5
19	1	5	1/5	5	1	1/5	3	1/5	1	5
20	1	1/3	1/3	1	1	1	1	1	1	5
21	3	1	3	3	1/3	1	1	3	1	1
22	5	5	5	1	1	1	1	5	1	1/5
23	1	1	3	3	1	3	5	3	5	7
24	5	5	1	5	1	1/5	4	1/5	5	5
25	1	1	1/5	1	3	1/5	5	1/5	3	5
26	1	1	1	1	1	1/3	1/3	1/3	1/3	1
27	3	3	1/5	5	1	1/5	1	1/5	1	5
28	1	1	1/5	1	1	1/5	1	1	1	5
29	5	5	1	3	1	1/5	3	1/5	1	5
30	2	1	1/3	1	1	1/3	3	1/5	3	5
31	1	1	1/3	5	1	1/3	5	1/5	5	7
32	1	1	1/3	3	1	1/3	3	1/3	3	3
33	5	5	5	1/5	1	3	1/5	3	1/5	1/7
34	1	1	1/5	5	1	1/5	5	1/5	5	5
35	1	1/5	1	5	1/5	1	5	1	5	5
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	5	5	1	5	1	1/5	1	1/5	5	5
38	3	3	1	5	1	1/3	1	1/3	5	5
39	5	5	1	5	1	1/5	1	1/5	1	5
40	1	1	1/5	1	1	1/5	1	1/5	1	7
41	5	1	1	5	1	1/5	1	1	5	5
42	1	1/3	1/3	1	1	1	1	1	1	5
43	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
44	1	1/5	1	5	1/5	1	5	1	5	5
45	5	5	1	3	1	1/5	3	1/5	1	5
46	1	1/5	1	5	1/5	1	5	1	5	5
47	1	1/3	1/5	5	1	1/5	5	1/3	5	5
48	2	1	1/3	1	1	1/3	3	1/5	3	5
49	1	1	1/3	3	1	1/3	3	1/3	3	3
50	1	1	3	3	1	3	5	3	5	7
51	2	1	1/5	5	1	1/5	5	1/5	5	5
52	5	5	5	1/5	1	3	1/5	3	1/5	1/7
53	1	3	1/3	3	3	1/3	3	1/3	3	3
54	1	3	1/5	5	1	1/5	5	1/3	5	7
55	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
56	1/3	1/3	1	1	1	1	1	1	1	5
57	1	1	1/5	3	1	1/5	3	1	3	5
58	1	1	1/3	3	1	1/3	3	1/3	3	3
59	1	1	1	5	1	1/5	5	1/5	5	5
60	7	1	5	5	1/5	1	1/5	5	5	1/5
61	1	1	1/3	5	1	1/3	5	1/5	5	7
62	1	1	1/5	5	1	1/5	5	1/5	5	5
63	1	1	1/5	1	3	1/5	5	1/5	3	5
64	7	1	7	5	1/7	1	1/5	7	5	1/7

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
65	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
66	1	1	1/5	1	1	1/5	5	1/5	5	7
67	1	1/5	1	1/5	1	1	1/5	5	1	1/5
68	1	1	1	5	1	1/5	5	1/5	5	5
69	1	1	1/3	3	1	1/3	3	1/3	3	3
70	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
71	1	1	1/3	5	1	1/3	5	1/3	5	5
72	1	1	1/5	1	1	1/5	1	1	1	5
73	1	1	3	3	1	1	5	1	5	5
74	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
75	1	1	1/5	3	1	1/5	3	1	3	5
76	1	1/5	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	5
77	1/5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
78	1	1	1/5	5	1	1/3	5	1/3	5	5
79	5	1	5	5	1/5	1	1	5	5	1/5
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	5

Sedang

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	3
2	1/5	1/5	1/5	1	1/5	1/5	1	1	5	5
3	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
4	1	1	1/3	3	1	1/3	3	1/3	3	5
5	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
6	1	1	1	3	1	1	3	1	3	3
7	3	1	1	1	1/3	1	1	3	2	1
8	1	1	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
9	1	1	3	5	1	3	3	1	1	1
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	3	3	1	5	1	1	1	1/3	5	5
12	1	1/5	1/5	1	1/5	1/5	1	1	5	5
13	1	3	1	5	1	1	5	1	1	1
14	1	1	1	3	3	1	3	1	3	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	3	5
16	1	1/5	1	1/5	1	1	1/5	5	1	1/5
17	1	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
18	5	5	5	5	1	1	5	1	5	5
19	1	3	1/2	3	1	1/2	3	1/3	3	5
20	1	1	3	3	1	1	1	1	1	3
21	1	3	3	3	3	3	3	1	3	3
22	5	1	1	5	1	1/5	3	1	5	5
23	1	1	3	5	1	3	3	1	1	1
24	1/5	1/5	1	1/5	3	5	1	5	1	1/5
25	1	1/5	1	1	1	3	3	3	3	1
26	1	1	1	1	1	3	3	3	3	1
27	3	1	1	1	1/3	1	1	3	2	1
28	1	1	1	1/5	1	1	1/5	1	1/5	1/5
29	0.2	0.2	1	1	1	5	1	5	1	1/5
30	1	1/3	1	1	1	3	3	3	3	1
31	1	1	3	3	1	3	5	1	1	1

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
32	1	1	1	3	1	1	3	1	3	1
33	5	5	5	1/5	1	3	1/5	3	1/5	1/7
34	1/5	1/5	1	1	1	1	3	1	3	3
35	1	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	1/5	1/5	1	1/5	1	1	1	5	1	1/5
38	3	3	1	5	1	1	1	1/3	5	5
39	1/5	1	1	1	1	5	1	5	1	1/3
40	1	1	1	3	1	1	3	1	3	3
41	3	1	1	3	1	1	1	1	3	5
42	1	1	3	3	1	1	1	1	1	3
43	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
44	1	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
45	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1/5
46	1	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
47	1	1	1	1	1	1	1	1	3	5
48	1	1/3	1	1	1	3	3	3	3	1
49	1/5	1/5	1/5	5	1	1	5	1	5	5
50	1	1	3	5	1	3	3	1	1	1
51	1/5	1/5	1	1	1	3	3	3	3	2
52	5	5	5	1/5	1	3	1/5	3	1/5	1/7
53	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3
54	3	1	1/5	3	1	1/5	3	1/3	3	5
55	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
56	1	1	3	3	1	1	1	1	1	3
57	1	1	3	3	1	3	3	1	3	5
58	1/5	1/5	1/5	5	1	1	5	1	5	5
59	3	5	5	5	5	5	5	1	3	1
60	1/2	1/5	1	1	1	5	5	5	5	1
61	1	1	3	3	1	3	5	1	1	1
62	1/5	1/5	1	1	3	3	3	3	3	3
63	1	1/5	1	1	1	3	3	3	3	1
64	1/2	1/5	1	1	1	5	5	7	5	1
65	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
66	3	1	1	1	1	1/5	1	1	1	4
67	1	1/5	1	1/5	1	1	1/5	5	1	1/5
68	5	1	1	5	1	1/5	1	1	5	5
69	1	1	1	3	1	1	3	1	3	1
70	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
71	1	1	3	5	1	3	5	3	5	1
72	1	1	1	1/5	1	1	1/5	1	1/5	1/5
73	1	1	3	5	1	3	3	1	1/3	3
74	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
75	1	1	1	1/5	1	1	1/5	1	1/5	1/5
76	1/5	1/5	1/5	1	1/5	1/5	1	1	5	5
77	1/5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
78	1	3	1	5	1	1	5	1	1	1
79	1/2	1/5	1	1	1	5	5	7	5	1
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	5

Mahal

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	3	3	5	1	1	1	1	1	1	1/5
2	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1/5	5	1/5	1/5
3	1/5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
4	1	1	1	1/5	1	1	1/5	1	1/5	1/5
5	5	5	5	1	1	3	1/5	3	1	1/5
6	1	1	5	1/7	1	5	1/7	5	1/7	1/7
7	1	1	5	1/2	1	5	1	5	1	1/7
8	1	1	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
9	1	1	3	1/3	1	3	1/3	3	1/3	1/5
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	1	1/5	1/5
12	1	1	1	1/5	1	1	1/5	1	1/5	1/5
13	1	1	3	1/5	1	3	1/5	3	1/5	1/5
14	3	3	3	1/3	1	3	1/3	3	1/3	1/3
15	1	1/2	3	1/5	1	3	1/5	3	1/5	1/7
16	1	1/5	1	1/5	1	1	1/5	5	1	1/5
17	1	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
18	1	1/5	1	1/5	1	5	1	5	1	1/5
19	1	1/5	1	1/5	1	3	1/5	2	1/5	1/7
20	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1/5
21	1	1/3	1	1	1/3	1	1	3	3	1
22	1	1/5	1/5	1	1/3	1/3	1	1	1	1
23	1	1	3	1/3	1	3	1/3	3	1/3	1/5
24	1/5	1/5	1	1/5	3	5	1	5	1	1/5
25	1	1	5	1/5	1	5	1/5	5	1/5	1/5
26	1	1	3	1	1	3	1	3	1/3	1
27	3	3	1/5	5	1	1/5	1	1/5	1	5
28	1	1	5	1/3	1	5	1/5	5	1/5	1/7
29	1	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1/5
30	1	1	5	1	1	5	1	5	1	1/5
31	1	1	5	1/3	1	3	1/3	3	1/3	1/5
32	1	1	3	1/3	3	3	1/3	3	1/3	1/3
33	5	5	5	1/5	1	3	1/5	3	1/5	1/7
34	1/5	1	1	1/5	1	3	1/5	3	1/5	7
35	1	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1/5
38	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1	1	1/5	1/5
39	1/5	1/5	5	1/5	1/5	5	1	1	1/5	1/5
40	1	1	3	0.5	1	3	1	3	1	1/5
41	1/5	1	1	1/5	5	5	1	1	1/5	1/5
42	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1/5
43	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
44	1	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
45	1	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1/5
46	1	1/5	1	1/5	1/5	5	1	5	1	1/5
47	1	1/2	3	1/5	1	3	1/5	3	1/5	1/7

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
48	1	1	5	1	1	5	1	5	1	1/5
49	1/5	1/5	1	1/5	1	1	1/5	5	1	1/5
50	1	1	3	1/3	1	3	1/3	3	1/3	1/5
51	1/5	1/5	1	1/5	1	3	1	3	1/5	1/7
52	5	5	5	1/5	1	3	1/5	3	1/5	1/7
53	1	1/3	3	1/3	1	3	1	3	1	1/3
54	1	1	1	1/5	3	3	1/5	2	1/5	1/5
55	1/5	5	5	1	5	5	1	1	1/5	1/5
56	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1/5
57	1	1	1	1	1	1	1/5	1	1/5	1/5
58	1	1	1	3	1	1	3	1	3	1
59	1	3	5	1/3	3	3	1/3	3	1/3	1/5
60	1	1	5	5	1	5	1	5	1	1/5
61	1	1	5	1/3	1	3	1/3	3	1/3	1/5
62	1/5	1	1	1/5	3	5	1/5	3	1/5	1/7
63	1	1	5	1/5	1	5	1/5	5	1/5	1/5
64	7	5	7	3	1	1	1	5	1	1/7
65	1/5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
66	3	3	5	1/2	1	3	1	3	1	1/7
67	1	1/5	1	1/5	1	1	1/5	5	1	1/5
68	1/5	1/5	1	1/7	3	3	1/5	1	1/5	1/7
69	1	1	3	1/3	3	3	1//3	3	1/3	1/3
70	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
71	3	5	5	1	3	1	1/5	1	1/5	1/5
72	1	1	5	1/3	1	5	1/5	5	1/5	1/7
73	1	1	3	1/5	3	3	1/5	3	1/5	1/7
74	5	5	5	1	1	3	1/5	3	1	1/5
75	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1/5	5	1/5	1/5
76	1/5	1/5	1	1/5	1	5	1/5	5	1/5	1/5
77	1/5	5	5	5	5	5	5	1	1	1
78	1	1	3	1/5	1	3	1/5	3	1/5	1/5
79	7	5	7	3	1	1	1	5	1	1/7
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	5

5. Iklan : TV

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	3	3	3	5	1	1	5	1	5	3
2	1/5	1/5	1	1/ 5	1	5	5	5	1	1
3	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
4	3	1	3	3	1	3	3	1	3	3
5	3	1	3	5	1	5	5	5	5	1
6	1	1	1	5	1	1	5	1	3	3
7	1	3	5	1	5	5	1	2	1	1
8	1/5	1/5	1	1	1	3	3	5	1	1/5
9	3	3	3	3	1	1	3	3	1	1
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	3	3	1	1	1	1/3	1/3	1/3	1/3	5
12	1	1/5	1	1	1	5	5	5	5	1
13	3	5	3	3	1	1	3	3	1	1
14	1	5	5	1	5	5	1	3	1	1/3

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
15	1/3	1/3	1	1	1	1	1	3	3	1
16	1	1	3	3	1/5	1	1	3	3	1
17	1/5	1	1	1	1	5	1	5	1	1/5
18	1	5	5	5	1	1	1	1	1	1
19	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1
20	1	1	1	3	5	1	3	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1/5	1/5	1	1/3	1/3	1	1	1	1
23	3	3	3	3	1	1	3	3	1	1
24	1/5	1/5	1	1/5	1	1	3	3	1	1/5
25	1	1/5	5	1	1	5	1	5	5	1/5
26	1	1	1	3	1	3	5	5	5	5
27	1	1	5	1	5	5	1	1	1	1/3
28	1	1	1	3	1	1	1	5	3	1
29	5	5	3	3	1	3	1	1	1	1
30	1/3	1/3	5	3	3	5	3	5	5	1
31	1	1	1	3	5	3	3	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	5	5	3	1	1	1	1/5	1	1/5	1/5
34	1/5	1/5	1	1	1	1	3	5	3	3
35	1/5	1	1	1	1	5	1	5	1	1/5
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1/5
38	3	3	1	1	1	1/3	1/3	1/3	1/3	5
39	1/5	1	1/5	3	5	1	5	1	3	5
40	1/5	1	1	1	5	5	3	1	1	3
41	1	1/5	1/5	1	1/3	1	1	1	1	1
42	1	1	1	3	5	1	3	5	1	1
43	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
44	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1/5
45	5	5	3	3	1	3	1	1	1	1
46	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1/5
47	3	1	3	1	1	1	1	3	5	1
48	1/3	1/3	5	3	3	5	3	5	5	1
49	1	1	3	1	1	3	3	5	1	1/5
50	3	3	3	3	1	1	3	3	1	1
51	1/5	1/5	1	3	1	3	5	5	5	5
52	5	5	3	1	1	1	1/5	1	1/5	1/5
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1/5	1/5	5	5	1	5	5	7	5	1
56	1	1	1	3	5	1	3	1	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	1	1	3	1	1	3	3	5	1	1/5
59	1	7	1	3	5	3	3	1	1	1
60	1	1	5	1	1	5	3	3	1	1/3
61	1	1	1	3	5	3	3	1	1	1
62	1/5	1/5	1	1	1	1	5	5	5	5
63	1	1/5	5	1	1	5	1	5	5	1/5
64	1	1	5	5	1	5	5	7	5	1/3

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
65	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
66	5	1	5	1	1	1	1/5	1	1	1/5
67	1	1	3	3	1/5	1	1	3	3	1
68	1	5	5	5	5	5	5	1	1	5
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
70	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
71	5	3	5	1	3	1	1/5	1	1/5	1/5
72	1	1	1	3	1	1	1	5	3	1
73	1	3	3	3	1	1	3	3	1	1
74	3	1	3	5	1	5	5	5	5	1
75	1	1	1	1	1	3	5	5	5	1
76	1/5	1/5	1	1/5	1	5	5	5	1	5
77	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
78	3	5	3	3	1	1	3	3	1	1
79	5	1	5	5	1	3	3	5	5	1/3
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	5

Media Cetak

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	1	1	3	3	1	3	3	1	5	3
2	1/5	1/5	1	1	1	5	5	5	5	1
3	1/5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
4	1	1	3	3	3	3	3	1	3	3
5	3	1	3	5	1	5	5	5	5	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	3	5	5	1	5	5	1	5	3
8	1/5	1/5	1	1	1/3	3	1	5	5	1/5
9	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	1	1	1	3	1	3	1	2	1	1
12	1	1/5	1	1	1	5	5	5	5	1
13	1	5	3	3	1	3	3	1	3	3
14	1	5	5	1	3	5	1	1	1	1/3
15	1	1	5	5	3	3	3	1	1	1
16	1	1	3	3	1/5	1	1	1	3	1
17	1	1	5	1	1/4	5	1	5	5	1/5
18	1	5	5	5	1	1	1	1	1	1
19	1	3	3	3	3	3	3	1	1	1/3
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	3	3	3	1/3	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1
23	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3
24	1/5	1/5	1	1/5	1	5	3	3	1	1/5
25	5	5	5	5	1	1	3	1	3	3
26	1	1	3	3	1/3	5	5	5	1	1
27	1	3	5	5	1	5	1	1	1	1/3
28	1/5	1	1	2	5	5	5	5	5	1
29	5	5	3	3	1	3	1	1	1	1
30	5	5	5	5	1	1	5	1	5	5
31	1	1	1	3	5	3	3	1	1	1

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	5	5	5	3	1	1	1/5	1	1	1/5
34	1/5	1/5	1	1	3	3	3	3	3	3
35	1	1	5	1	1/4	5	1	5	5	1/5
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1/5
38	1	1	1	3	1	3	1	2	1	1
39	1	1	1/5	1/5	1	1/5	1/5	1/5	1/5	1
40	1/5	1	1	1	3	2	2	1	1	3
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	1/5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
44	1	1/5	5	1	1/3	5	1	5	5	1/5
45	5	5	3	3	1	3	1	1	1	1
46	1	1/5	5	1	1/3	5	1	5	5	1/5
47	1	1	3	5	5	3	3	1	1	1
48	5	5	5	5	1	1	5	1	5	5
49	1	1	3	1	1	3	3	5	1	1/5
50	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3
51	1/5	1/5	3	3	1/3	5	5	5	5	1
52	5	5	5	3	1	1	1/3	1	1	1/5
53	1	3	3	3	3	3	3	1	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1/5	1/5	1	1	1	5	5	3	3	1/3
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59	3	3	3	5	5	5	5	1	1	1
60	1/5	1	1	1	3	5	1	3	1	1/3
61	1	1	1	3	5	3	3	1	1	1
62	1/5	1/5	1	1	1/5	5	5	5	5	1
63	5	5	5	5	1	1	3	1	3	3
64	1/5	1	5	1	3	7	5	6	7	1/5
65	1/5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
67	1	1	3	3	1/5	1	1	1	3	1
68	1/5	1	5	1/5	5	5	1	1	1/5	1/5
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
70	1/5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
71	5	3	5	1	1	1	1/5	1	1/5	1
72	1/5	1	1	2	5	5	5	5	5	1
73	1	3	5	5	1	5	5	5	5	3
74	3	1	3	5	1	5	5	5	5	1
75	1	1	1	1	1	3	5	5	5	1
76	1/5	1/5	1	1	1	5	5	5	5	1
77	1/5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
78	1	5	3	3	1	3	3	1	3	3
79	5	1	5	5	1	3	3	5	4	1/3
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	5

Radio

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
4	1	1	1	1	1	3	3	1	3	3
5	3	1	3	5	1	5	5	5	5	1
6	1	1/3	1/5	1	1	1	1	1	1	3
7	1	1	1	5	1	5	3	5	3	1
8	1/5	1/5	1	1	1	5	5	5	5	1/3
9	3	1	5	5	1	1	1	1	1	1
10	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
11	1	3	3	3	1	1	3	1	1	3
12	1	1/5	1	1	1	5	5	5	5	1
13	3	1	5	5	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	2	1	1	3	1	3	3
15	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1
16	1	1	3	3	1/5	1	1	1	3	1
17	1	1/5	3	1	1	5	5	5	5	1/3
18	1	5	5	5	1	1	1	1	1	1
19	1	1	3	3	1	3	3	1	3	1
20	1	3	3	1	1	3	3	1	1	1
21	5	5	5	3	1	1	1/3	1	1/3	1/3
22	1	3	1	5	1	1	5	1	3	5
23	3	1	5	5	1	1	1	1	1	1
24	1/5	1/5	1	1/5	1	3	3	3	1	1/5
25	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1
26	1	1	1	1	1	5	5	5	5	1
27	1	1	1	5	1	5	3	5	3	1
28	1	1	1	5	3	3	3	1	5	1
29	5	5	3	3	1	3	1	1	3	1
30	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1
31	1	1	1	3	5	3	3	1	1	1
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	5	5	3	3	1	1	1	1	1	1/3
34	1/5	1/5	1	1	1	3	3	5	3	1
35	1	1/5	3	1	1	5	5	5	5	1/3
36	5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
37	1/5	1/5	1	1	1	5	1	5	1	1/5
38	1	3	3	3	1	1	3	1	1	3
39	5	5	1	3	1	1/5	1	1/5	1	5
40	2	2	2	2	1	5	3	5	1	1
41	1	3	1	5	1	1	5	1	1	5
42	1	3	3	1	1	3	3	1	1	1
43	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
44	1	1/5	3	3	1	5	5	5	5	1/3
45	5	5	3	3	1	3	1	1	3	1
46	1	1/5	3	3	1	5	5	5	5	1/3
47	1	1	1	1	5	3	3	1	1	1

RESPONDEN	KvL	KvC	KvS	KvW	LvC	LvS	LvW	CvS	CvW	SvW
48	3	2	3	3	1	3	3	3	3	1
49	1/5	1	3	1	1	5	1	5	1	1/5
50	3	1	5	5	1	1	1	1	1	1
51	1/5	1/5	3	3	1	5	5	5	5	1
52	5	5	3	3	1	1	1	1	1	1/3
53	1/3	3	3	3	3	3	3	3	1	1
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
55	1/5	1	5	5	1	5	5	5	5	1
56	1	3	3	1	1	3	3	1	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	1/5	1	3	1	1	5	1	5	1	1/5
59	1	1	1	5	5	3	5	1	5	5
60	1/5	1	1	1	3	3	3	3	1	1/3
61	1	1	1	3	5	3	3	1	1	1
62	1/5	1/5	1	1	1	5	5	5	5	1
63	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1
64	1/7	5	5	3	7	7	7	1	1/3	1/3
65	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
67	1	1	3	3	1/5	1	1	1	3	1
68	1	5	5	5	1	5	5	1	1	1
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
70	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
71	5	3	5	1	1	3	1/5	1	1/5	1
72	1	1	1	5	3	3	3	1	5	1
73	3	1	5	5	1	1	5	1	5	5
74	3	1	3	5	1	5	5	5	5	1
75	1	1	1	3	1	3	1	5	5	1
76	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
77	1/5	1	5	5	1	5	5	7	5	1
78	3	1	5	5	1	1	1	1	1	1
79	5	1	5	5	1	3	3	3	3	1/3
80	1/5	1	1	5	1	1	5	1	5	5

Ket:

K : Kotex

L : Laurier

C : Charm

S : Softex

W : Whisper

KONSISTENSI RASIO											
	KONSISTENSI										
RESPONDEN	F	S1	S2	S3	S4	S5	A1.1	A1.2	A1.3	A1.4	A2.1
1	0.0917374	0.05713726	0.0564757	0.0251118	0.025182	0.0108908	0.08324703	0	0.07544712	0.08395696	0.08889872
2	0.0667812	0	0.0564757	0.0251118	0.025182	0.0251717	0.0992155	0.0992155	0.0992155	0.0992155	0.07891962
3	0.0522616	0.00525834	0.0108694	0.0251717	0.006058	0.0333747	0.07533524	0.0773573	0.0992155	0.09616588	0.0762975
4	0.0839849	0.09965766	0.0333747	0.0333747	0.025182	0.0251118	0.08412471	0.0619346	0.0818624	0.06332082	0.07880441
5	0.0780188	0.01216748	0.0251717	0	0.056476	0.0251717	0.0773573	0.09990811	0.0992155	0.04040207	0.07494323
6	0.0735315	0.099906649	0.0564757	0.0108694	0.056476	0.0749564	0.03421814	0.04168222	0.09799205	0.04051532	0.09900491
7	0.0895174	0.057336	0.0567402	0.0108908	0.05674	0.0251717	0.08383238	0.08353494	0.08827143	0.03421814	0.0646167
8	0.0990186	0.05746363	0.0333747	0	0.010869	0	0.08022806	0.07923545	0.03372963	0.08180469	0.08466939
9	0	0.09886917	0.0567402	0.0251717	0.062452	0.0564757	0.07983688	0.04090564	0.04315192	0.07530258	0.0976294
10	0.0991143	0.01216748	0	0.0567402	0.05674	0.0280468	0.09616588	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07494323
11	0.0976487	0.07149281	0.0108908	0.0251717	0.056476	0.0251717	0.06038939	0.04384541	0.07959967	0	0.03013731
12	0.0544268	0.02578978	0.0251717	0.0251118	0.056476	0.0251118	0.05394642	0.03478131	0.09868525	0	0.07351705
13	0.0420933	0.09965766	0.0333747	0.0567402	0.033375	0.0251717	0.07694862	0.08477946	0.04371579	0.05483621	0.07368168
14	0.0701102	0.05746363	0.0574636	0.0251717	0.025112	0.0333747	0.0756864	0.04463055	0.0411276	0.04372549	0.03367953
15	0.0855564	0.09790324	0.0564757	0.0567402	0.062452	0.0251717	0.05384213	0.09610905	0.08005833	0.05365219	0.06561241
16	0.0907155	0.05754814	0.0251717	0	0.056476	0.0564757	0.07494323	0.07494323	0.07494323	0.09868525	0.0782941
17	0.0946237	0.02553858	0.0251717	0.0333747	0.006061	0	0.0756864	0.08442861	0.08040975	0.07351705	0.07826877
18	0.0659362	0.05857478	0	0	0.025182	0.0567402	0.07463138	0.09764875	0.07494323	0.03478131	0.07518007
19	0.0863169	0.05754814	0.0251717	0.0567402	0.069784	0	0.09675817	0.06806875	0.05414937	0.09746761	0.02520895
20	0.0875118	0.06967676	0	0.0108908	0.010869	0	0.03350335	0.03352663	0.06361639	0.04384541	0.03013731
21	0.044261	0.0568829	0.0333747	0.0251118	0.05674	0.0251717	**0.15372472**	**0.32211169**	**0.14427223**	**0.23014046**	0.0447021
22	0.0333775	**0.13115815**	0.0567402	0	0.056476	0	0.09525523	**0.15316021**	0.09525523	0.0762975	0.0762975
23	0	0.01216748	0.0108908	0.0251717	0.05674	0.0825891	0.08541173	0.05788338	0.04315192	0.07535841	0.07351705
24	0.0797708	0.0568829	0.0251118	0.0108908	0.010869	0.0060607	0.07767841	0	0.07494323	0.07494323	0.08201605
25	0.0433963	0.09886917	0.0567402	0.0108908	0.025112	0	0.0968262	0.0550584	0.08735772	0.03350335	0.09517374
26	0.0748599	0.01216275	0.0333747	0.0251717	0.010891	0.0467259	0.07801876	0.07592649	0.09675817	0.07518007	0.02525216
27	0.0125059	0.09976144	0.0251118	0.0467259	0.006061	0.0251717	0.09675817	0.07351705	0.07351705	0.07351705	0.0646167

KONSISTENSI RASIO											
	KONSISTENSI										
RESPONDEN	F	S1	S2	S3	S4	S5	A1.1	A1.2	A1.3	A1.4	A2.1
28	0.0769585	0.09886917	0.0567402	0.0108908	0.070082	0.0567402	0.05823894	0.0782941	0.08518785	0.07353147	0.04823191
29	0.0583787	0.01215113	0.0251118	0.0251118	0.010869	0	0.0992155	0.0992155	0.06797995	0.0992155	0.03333053
30	0.0638429	0.09790324	0.0825891	0.0108908	0.025182	0	0.0305191	0.0550584	0.08120482	0.07820466	0.08144046
31	0.0750423	0.01611391	0.0251118	0.0251717	0.056476	0.0060607	0.06691466	0	0.08184288	0.06552168	0.03013865
32	0.0594552	0.01217406	0.0108694	0.0251118	0.010869	0.0567402	0.00705331	0.078868	0.09643292	0.07863486	0.03367953
33	0.0966103	0.05746363	0.0333747	0	0.056476	0.0464693	0.07494323	0.06294579	0.04149261	0.08977333	0.07494323
34	0.0667812	0.08111887	0.0108694	0.0333747	0.025182	0.0251823	0.08493758	0.0756864	0.0773573	0.04486782	0.07711873
35	0.0946237	0	0.0251717	0	0.006061	0	0.0756864	0.08442861	0.08040975	0.07351705	0.0773573
36	0.0841279	0.01216748	0	0.0567402	0.033347	0.0333466	0.0992155	0.07592649	0.07592649	0.07494323	0.07494323
37	0.0661855	0.01215113	0.0564757	0.0251717	0.056476	0	0.06805876	0.07767841	0.07494323	0	0.07891962
38	0.0976487	0.07149281	0.0108908	0.0703333	0.056476	0.0567402	0.06038939	0.04384541	0.07959967	0	0.03013731
39	0.095919	0.09886917	0	0.0251118	0.033375	0.0333747	0.06997452	0.05205306	0.07494323	0.07744358	0
40	0.0883256	0.05746363	0.0251118	0.0108908	0.033347	0.0108908	0.03456245	0.08217088	0.00705691	0.07518007	0
41	0	0.04291184	0.0567402	0.0703333	0.070082	0.0567402	0.09525523	0.09525523	0.09525523	0.09525523	0.09641772
42	0.0875118	**0.18063403**	0	0.0108908	**0.16289**	0	**0.1049571**	0.03352663	**0.16202905**	0.04384541	0.03013731
43	0.0991143	0.01216748	**0.6507251**	0.0567402	**0.16289**	0.0251717	0.09616588	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07494323
44	0.0985039	**0.19541474**	**0.1628898**	0	**0.103486**	0.0333747	0.09494226	0.00304402	0.06902545	0.09957385	0.04390148
45	0.0583787	0.01212306	0.0251118	0.0463953	0.010869	0.0251717	0.0992155	0.0992155	0.06797995	0.07620815	0.03333053
46	0.0985039	0.04748143	0.0060607	0.0567402	0.062296	0.0333747	0.09494226	0.00304402	0.06902545	0.09957385	0.04390148
47	0.0523528	0.057336	0.0333379	0	0.033375	0.0469166	0.07592649	0.08951738	0.07247386	0.05365219	0.09868525
48	0.0638429	0.04594073	0.0825891	0.0108908	0.025182	0	0.0305191	0.0550584	0.08120482	0.07820466	0.08144046
49	0.0337352	**0.1017988**	0.0333747	0	0.070082	0.0567402	0.22043176	0	0.07494323	0.07494323	0.07891962
50	0	0.04288423	0.0825891	0.0251717	0.007947	0.0564757	0.07983688	0.04090564	0.04315192	0.07530258	0.0976294
51	0.0294866	0.06272676	0.0564757	0.0567402	0.025239	0.0749564	0.07573546	0.07592649	0.07518007	0.07518007	0.06404977
52	0.0966103	0.05746363	0.0333747	0	0.056476	0.0463953	0.07494323	0.06294579	0.04149261	0.08977333	0.07494323
53	0.0797947	0.09855403	0.0251118	0.0252389	0.030189	0.0251717	0.00710299	0.06706099	0.0443186	0.03367953	0.0443186
54	0.0893203	0.05746363	0.0108908	0.0333747	0.033567	0.0031863	0.06612385	0.08932159	0.06639241	0.05520727	0.08638309

KONSISTENSI RASIO											
	KONSISTENSI										
RESPONDEN	F	S1	S2	S3	S4	S5	A1.1	A1.2	A1.3	A1.4	A2.1
55	0.0733567	0.04288423	0	0.0251118	0.025182	0	0.03421814	0	0.0992155	0.04377557	0.06612385
56	0.0875118	0.06967676	0.0564757	0.0108908	0.010869	0.0333747	0.03350335	0.03352663	0.06361639	0.04384541	0.03013731
57	0.0884682	0.057336	0.0122419	0.0251717	0.070082	0.0108908	0.06780113	0.07221093	0.09028486	0.05472993	0.09010016
58	0.0977415	0	**0.1628898**	**0.1197715**	0.010869	0	0.04486782	0.078868	0.09643292	0.07863486	0.03367953
59	0.0902386	0.03415787	**0.1187628**	0	0.056476	0.0567402	0.06509274	0.07763548	**0.22786076**	**0.2049526**	0.03013865
60	0.0516775	0.01216275	0.0251118	0	0.038386	0.0251717	0.0652889	0.06032924	0.05036729	0.09598642	0.0771825
61	0.0750423	0.09799746	0.0060607	0.0108908	0.056476	0.0747336	0.06691466	0	0.08184288	0.06552168	0.03013865
62	0.0070718	0.09706827	0.0820635	0.0157972	0.087347	0.0882061	0.09862375	0.09990811	0.09382473	0.03363228	0.07711873
63	0.0433963	0.09886917	0.0567402	0.0108908	0.025112	0	0.0968262	0.0550584	0.08735772	0.03350335	0.09517374
64	0.0533079	0.04374371	0.0333747	0.0567402	0.025239	0.0567402	0.06885731	0.07072133	0.03701606	0.06424314	0.04560215
65	0.0522616	0.00525834	0.0108694	0.0819596	0.046515	0.0252389	0.07533524	0.0773573	0.0992155	0.09616588	0.0762975
66	0.0765037	0.05802494	0.0567402	0.0108694	0.05674	0.0108908	0.07891658	0	0.09830225	0.07538185	0.09567156
67	0.0907155	0.05754814	0.0251717	0.0825891	0.028083	0.0122419	0.07494323	0.07494323	0.07494323	0.09868525	0.0782941
68	0.0944756	0.05746363	0.0567402	0.0333747	0	0.0251717	0	0.07592649	0.07592649	0.09675817	0
69	0.0594552	0.057336	0.0108694	0.0251118	0.010869	0	0.04486782	0.078868	0.09643292	0.07863486	0.03367953
70	0.0991143	0.01216748	0.0251717	0.0251717	0.05674	0.0047738	0.09616588	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07494323
71	0.0941406	0.05857478	0.0108694	0.0060607	**0.16289**	**0.1209378**	0.07891962	0.07891962	**0.15043024**	**0.15043024**	0.06404977
72	0.0769585	0.09886917	0.0567402	0.0108908	0.070082	0.0567402	0.05823894	0.0782941	0.08518785	0.07353147	0.04823191
73	0.0680588	0.05800709	0.0251118	0	0.056476	0	0.07969023	0.06724016	0.04315192	0.0821753	0.06523903
74	0.0780188	0.01216748	0.0251717	0.0467259	0.002277	0.0047767	0.0773573	0.09990811	0.0992155	0.04040207	0.07494323
75	0.0538421	0.05779882	0	0.0467259	0.006061	0.0251118	0.07620815	0.09031915	0.03232734	0.07786178	0.06326532
76	0.0667812	0	0.0564757	0	0.025182	0.0157919	0.0992155	0.0992155	0.0992155	0.0992155	0.07891962
77	0.0749432	0.09886917	0.0703333	0.0108908	0.018788	0.0749564	0.07533524	0.0773573	0.0992155	0.09616588	0.0762975
78	0.0420933	0.09965766	0.0333747	0.0567402	0.033375	0.0251717	0.07694862	0.08477946	0.04371579	0.05483621	0.07368168
79	0.0533079	0.04374371	0.0333747	0.0567402	0.025239	0.0567402	0.06885731	0.07072133	0.03701606	0.06424314	0.04560215
80	0.0458116	0.0174797	0.4042974	0.0108908	0.405892	**1.4620055**	**0.15267679**	**0.20019069**	0.07507564	0.07507564	0.09525523

KONSISTENSI RASIO											
	KONSISTENSI										
RESPONDEN	A2.2	A2.3	A3.1	A3.2	A3.3	A4.1	A4.2	A4.3	A5.1	A5.2	A5.3
1	0.09594114	0.04486782	0.03421814	0.0773573	0.0773573	0.07482082	0.07857763	0.04687643	0.03042749	0.05158738	0
2	0.07767841	0.07507564	0.0773573	0.0773573	0.07518007	0.09616588	0.07891962	0.07891962	0.0992155	0	0
3	0.0762975	0.09990811	0.09990811	0.07518007	0.07518007	0.07518007	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07494323	0.07763479
4	0.04463055	0.07072133	0.06308983	0.078868	0.04091545	0	0.00937206	0.03517159	0.07842349	0.05483621	0.06719617
5	0.07494323	0.07494323	0.08400024	0.07494323	0.09525523	0.08418246	0.07494323	0.07494323	0.05150367	0.05150367	0.05150367
6	0.0756864	0.06706295	0.06719617	0.08429659	0.05472837	0.07597555	0	0.046078 49	0.00940546	0	0.08395696
7	0.02230764	0.05605514	0.07482082	0.05226165	0.09005457	0.01185389	0.040196	0.05253034	0.09762456	0.07319788	0.08685315
8	0.09948871	0.08823127	0.08823127	0.0527839	0.06500857	0.09911425	0.09911425	0.09525523	0.09163065	0.09468008	0.03456245
9	0.06540912	0.07592649	0.06715536	0.09567156	0.08505378	0.00937206	0.06253463	0.08490231	0.06696395	0.06736252	0.0646167
10	0.07494323	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07494323	0.07763479
11	0.09972418	0.03013865	0.09513951	0.04468023	0.0675234	0.0992155	0.09845453	0.0530814	0.07495893	0.06611057	0.05467949
12	0.09868525	0.07578889	0	0.0992155	0.0759264 9	0	0	0.0762975	0.07592649	0.07592649	0.07592649
13	0.07507564	0.04527751	0.06715536	0.09567156	0.08505378	0.0336863	0.09746761	0.03394504	0.08541151	0.08404359	0.0646167
14	0.03394717	0.0447021	0.08505378	0.08257407	0.03367953	0.07801876	0.06719617	0.03378133	0.0782941	0.05788338	0.00443734
15	0.0574635	0.06523903	0.04051532	0.00706652	0.03363228	0.02904205	0.07512535	0.0894932	0.04400613	0.06509274	0.03334895
16	0.07565265	0.08417178	0.07518007	0.07518007	0.07518007	0.07592649	0.07592649	0.07592649	0.05291207	0.0971886	0.0971886
17	0.07573234	0.07402992	0.09616588	0.0992155	0.07891962	0.0992155	0.0992155	0.09525523	0.09911425	0.08328161	0.08418246
18	0.09525523	0.07507564	0	0	0	0.07767841	0.0762975	0.07891962	0.07351705	0.07351705	0.07351705
19	0.09163065	0.09620586	0.09620586	0.09620586	0.09620586	0.07810807	0.03200563	0.09799205	0.04486782	0.03421814	0.03394717
20	0.07842349	0.07439449	0.07332867	0.06649429	0.06649429	0.08395696	0.07857763	0.08383238	0.08383238	0	0.06676416
21	0.078868	0.03291966	0	0.04486782	0.09678045	0	0.04486904	0.03367953	0	**0.14545907**	0.0093403
22	0.09006061	0.05788338	0.09799205	0	**0.11970691**	0.06802829	**0.38412246**	0.07620815	0.0764769	0.03334895	**0.16687693**
23	0.06540912	0.07592649	0.06715536	0.09567156	0.08505378	0.00937206	0.06253463	0.08490231	0.06696395	0.06736252	0.0646167
24	0.06593624	0.09990811	0	0	0	0.03337754	0.03337754	0.08849975	0.06706295	0.08408819	0.08408819
25	0.09620586	0.08466939	0.08450502	0.09752209	0.05291207	0.0762975	0.05291207	0.09862375	0.09525523	0.0336863	0.04377557
26	0.03337754	0.09868525	0.09868525	0.09868525	0.09868525	0.09376659	0.0442706	0.0442706	0.08324703	0.04293232	0.09868525
27	0.0433267	0.02271828	0.04400613	0.07495893	0.06233065	0.06300451	0.040196	0.05253034	0.09005457	0.08827143	0.08685315

KONSISTENSI RASIO											
	KONSISTENSI										
RESPONDEN	A2.2	A2.3	A3.1	A3.2	A3.3	A4.1	A4.2	A4.3	A5.1	A5.2	A5.3
28	0.07512535	0.04142773	0.09746761	0.00705691	0.00705691	0.04029829	0	0.07351705	0.08383238	0.09114019	0.0967618
29	0.09928708	0.0821753	0.0070599	0.0531836	0.0070599	0.09911425	0.07767841	0.05384213	0.05554585	0.05554585	0.09805116
30	0.06253463	0.05644712	0.0816561	0.0917228	0.06649429	0	0.03367953	0.0723412	0.08802177	0.0762975	0.03211057
31	0.06706295	0.09567156	0	0.09932677	0.07569657	0.02234537	0.06253463	0.03043424	0.06224958	0.06224958	0.06224958
32	0.03394717	0.0447021	0	0	0.03367953	0.06733694	0.03415784	0.03378133	0	0	0
33	0.00705691	0.08014574	0.09382473	0.09822342	0.09990811	0.09860827	0.09860827	0.09860827	0.00705691	0.0548976	0.04357385
34	0.07494323	0.03243042	0.07734013	0.08070084	0.09044179	0.07476311	0.06806875	0.0762975	0.09044179	0.07719996	0.0117086
35	0.07573234	0.07402992	0.09616588	0.0992155	0.07891962	0.0992155	0.0992155	0.09525523	0.09911425	0.08328161	0.08418246
36	0.07494323	0.07494323	0.07494323	0.07494323	0.07494323	0.07494323	0.07494323	0.07494323	0.07494323	0.07494323	0.07494323
37	0.07494323	0.07767841	0.07767841	0.07767841	0.07767841	0.07767841	0.07767841	0.07891962	0.07767841	0.07767841	0.07767841
38	0.09972418	0.03013865	0.09513951	0.04468023	0.0675234	0.0992155	0.09845453	0.0530814	0.07495893	0.06611057	0.05467949
39	0.03333645	0.04377557	0.0773573	0	0.0992155	0.07891962	0.09005457	0	0.08418246	0.07592649	0.00705691
40	0.05698682	0.08051765	0.06562912	0.09990811	0.0411276	0.01363599	0	0.00304512	0.05365219	0.0545202	0.09743003
41	0.07351705	0.06706295	0.08466939	0	0.09675817	0	0.06233065	0.07767841	0.09746761	0	0.07439449
42	0.07842349	0.07439449	0.07332867	0.09932677	0.06649429	0.08395696	0.07857763	0.08383238	0.08383238	0	0.06676416
43	0.07494323	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07494323	0.07763479
44	0.07573234	0.08823127	0.09616588	0.07891962	0.07681644	0.0992155	0.0992155	0.09525523	0.07767841	0.06612385	0.08510786
45	0.09928708	0.0821753	0.0070599	0.0531836	0.0070599	0.09911425	0.07767841	0.05384213	0.05554585	0.05554585	0.09805116
46	0.07573234	0.08823127	0.09616588	0.07891962	0.07681644	0.0992155	0.0992155	0.09525523	0.07767841	0.06612385	0.08510786
47	0.02979089	0.07569657	0.09028486	0.04042698	0.09786644	0.02904205	0.07512535	0.0894932	0.0971886	0.07126177	0.05143506
48	0.06253463	0.05644712	0.0816561	0.0917228	0.06649429	0	0.03367953	0.0723412	0.08802177	0.06604225	0.03211057
49	0.07767841	0.06997452	0.04497388	0.07744358	0.07767841	0.0992155	0.08003222	0.07518007	0.05392288	0.0762975	0.06604225
50	0.06540912	0.07592649	0.06715536	0.09567156	0.08505378	0.00937206	0.06253463	0.08490231	0.06696395	0.06736252	0.0646167
51	0.07494323	0.07518007	0.07518007	0.08181805	0.05384213	0.06672076	0.02271828	0.08924852	0.06662382	0.07957036	0.04552803
52	0.00705691	0.08014574	0.09382473	0.09822342	0.09990811	0.09860827	0.09860827	0.09860827	0.00705691	0.0548976	0.04357385
53	0.0447021	0.04372549	0.0443186	0.09587932	0.09587932	0.0447021	0.08040975	0.07983767	0	0	0.06740091
54	0.08039644	0.06706295	0	0.00935139	0.06496653	0.05849189	0.06483814	0.0854697	0	0	0

KONSISTENSI RASIO	KONSISTENSI										
RESPONDEN	A2.2	A2.3	A3.1	A3.2	A3.3	A4.1	A4.2	A4.3	A5.1	A5.2	A5.3
55	0.06612385	0.09990811	0.09382473	0.09990811	0.09990811	0.07494323	0.07763479	0.07763479	0.09450715	0.0441268	0.07494323
56	0.07842349	0.07439449	0.07332867	0.06649429	0.06649429	0.08395696	0.07857763	0.08383238	0.08383238	0	0.06676416
57	0.03334895	0.07981534	0.0971886	0.08429047	0.09675817	0.07351705	0.07511069	0.07235423	0	0	0
58	0.03394717	0.0447021	0	0	0.03367953	0.06733694	0.03415784	0.03378133	0	0	0
59	0.06706295	0.07533524	**0.41921676**	0.09932677	0.07439449	0.05635109	0.06802829	0.09525523	0.07160441	0.06481144	0.07244587
60	0.08541151	0.09410559	0.07351705	0.07815268	0.09382114	0.07507564	0.02319244	0.09450715	0.03232734	0.06525823	0.05133865
61	0.06706295	0.09567156	0	0.09932677	0.07569657	0.02234537	0.06253463	0.03043424	0.06224958	0.06224958	0.06224958
62	0.07494323	0.05365219	0.09990811	0.08510786	0.09242346	0.07409639	0.07719996	0.0762975	0.0992155	0.07518007	0
63	0.09620586	0.08466939	0.08450502	0.09752209	0.05291207	0.0762975	0.05291207	0.09862375	0.09525523	0.0336863	0.04377557
64	0.078868	0.09410559	0.07351705	0.07815268	0.09658097	0.09781728	0.02626608	0.08399595	0.03042675	0.09723037	0.09005696
65	0.0762975	0.09990811	0.09990811	0.07518007	0.07518007	0.07518007	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07494323	0.07763479
66	0	0.09675817	0.09868525	0.04435924	0.07891658	0.08136371	0.08389637	0.08220047	0.09868525	0	0
67	0.07565265	0.08417178	0.07518007	0.07518007	0.07518007	0.0759264	0.07592649	0.07592649	0.05291207	0.0971886	0.0971886
68	0	0.06780113	0	0	0.07592649	0.08866205	0.07767841	0.09525523	0.07891962	0.07891962	0.07592649
69	0.03394717	0.0447021	0	0	0.03367953	0.06733694	0.03415784	0.03378133	0	0	0
70	0.07494323	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07494323	0.07763479
71	0.08418246	**0.14943543**	**0.1610841**	**0.10826764**	0.07681644	0.04029829	0	0.07351705	0.05384213	0.09114019	**0.16224607**
72	0.07512535	0.04142773	0.09746761	0.09746761	0.00705691	0.0305191	0.00710299	0.03394504	0.08383238	0.08257407	0.0967618
73	0.03350335	0.07592649	0.05554585	0.03334895	0.00935721	0.0500181	0.0411276	0.05161598	0.078868	0.06780113	0.07244587
74	0.07494323	0.07494323	0.08400024	0.07494323	0.09525523	0.08418246	0.07494323	0.07494323	0.05150367	0.05150367	0.05150367
75	0.03334895	0.07857763	0.06706099	0.06706099	0.0447021	0.09616588	0	0.07235423	0.08951738	0.08951738	0.09777014
76	0.07767841	0.07507564	0.0773573	0.0773573	0.07518007	0.09616588	0.07891962	0.07891962	0.0992155	0	0
77	0.0762975	0.09990811	0.09990811	0.07518007	0.07518007	0.07518007	0.07763479	0.07763479	0.07763479	0.07494323	0.07763479
78	0.07507564	0.04527751	0.06715536	0.09567156	0.09567156	0.0336863	0.09746761	0.03394504	0.08541151	0.08404359	0.0646167
79	0.078868	0.09410559	0.07351705	0.07815268	0.09658097	0.09781728	0.02626608	0.07891962	0.08510786	0.07969606	0.08510786
80	0.07507564	0.07507564	0.07507564	0.07763479	0.07507564	0.07507564	0.07507564	0.07507564	0.07507564	0.07507564	0.07507564