

## **LAMPIRAN**

### **LAMPIRAN 1 KUISIONER**

## KUESIONER

### IDENTITAS RESPONDEN

1. Usia Bpk/Ibu/Saudara : ..... tahun
2. Jenis kelamin :
  - a. Pria
  - b. Wanita
3. Tingkat pendidikan :
  - a. SD/SLTP
  - b. SLTA
  - c. D III
  - d. Sarjana
4. Masa melakukan usaha : .....

### Petunjuk

Berilah peringkat (jawab) atas pernyataan berikut ini dengan memberikan tanda silang (√) pada huruf-huruf yang tersedia di depan jawaban yang paling tepat dengan keadaan saudara

- |                              |        |
|------------------------------|--------|
| a. Sangat setuju (SS)        | Skor 5 |
| b. Setuju (S)                | Skor 4 |
| c. Netral (N)                | Skor 3 |
| d. Tidak setuju (TS)         | Skor 2 |
| e. Sangat tidak setuju (STS) | Skor 1 |

### KUESIONER KREATIVITAS PROGRAM PEMASARAN

No	Pernyataan	SKALA				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Pengembangan ide-ide baru sangat penting bagi pengembangan pemasaran produk					
	Pengembangan ide baru seperti apa yang anda lakukan?					
2.	Diperlukan inovasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan					
	Inovasi apa yang anda lakukan?					
3..	Sangat dibutuhkan kreativitas program pemasaran untuk meningkatkan strategi usaha					
	Kreativitas seperti apa yang anda lakukan?					

**KUESIONER ORIENTASI PASAR**

No	Pernyataan	SKALA				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Perlu dilakukan menciptakan nilai pelanggan lebih baik dari pesaing					
	Penciptaan terhadap nilai pelanggan seperti apa yang anda lakukan?					
2.	Perlu dilakukan berusaha memberikan kepuasan pelanggan secara terus menerus					
	Hal apa saja yang anda lakukan untuk memuaskan keinginan pelanggan?					
3.	Perlu diusahakan saling berbagi informasi dengan pelanggan					
	Informasi seperti apa yang anda bagi?					
4.	Secara cepat merespon strategi yang dilakukan pesaing					
	Strategi apa yang anda lakukan ?					
5.	Dengan melakukan koordinasi merumuskan strategi untuk berbagi sumber daya					
	Koordinasi seperti yang anda lakukan ?					

**KEUNGGULAN BERSAING**

No	Pernyataan	SKALA				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Produk yang ditawarkan memiliki nilai bagi pesaing					
Kenggulan nilai seperti apa yang anda tawarkan bagi pesaing?						
2.	Produk yang ditawarkan memiliki karakteristik yang khas					
Ciri khas seperti apa yang anda tampilkan dibanding pesaing?						
3.	Produk yang ditawarkan sulit ditiru					
Ciri khas seperti apa yang anda jual sehingga sulit ditiru?						

**KINERJA PEMASARAN**

No	Pernyataan	SKALA				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Pangsa pasar mengalami pertumbuhan dari tahun ketahun					
Berapa persen pertumbuhan pangsa pasar anda?						
2.	Pertumbuhan hasil penjualan semakin meningkat dari tahun ketahun					
Berapa persen rata rata pertumbuhan?						
3.	Keuntungan yang diperoleh terus mengalami peningkatan dari tahun ketahun					
Berapa persen peningkatan keuntungan setiap tahun?						
4.	Pertumbuhan pelanggan dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan					
Berapa persen pertumbuhan setiap tahunnya?						

## **LAMPIRAN 2 TABULASI RESPONDEN**

No	Indikator Kreativitas Program Pemasaran	PERNYATAAN					Jml	Rata2
		SS	S	N	TS	STS		
1	Ide baru	22	52	13	13	0	100	
	Frekuensi x Skor	110	208	39	26	0	383	3,83
2	Inovasi	31	47	10	11	1	100	
	Frekuensi x Skor	155	188	30	22	1	396	3,96
3	Proses kreativitas	12	57	15	16	0	100	
	Frekuensi x Skor	60	228	45	32	0	365	3,65
Jumlah		325	624	114	80	1	1144	
Persentase		28,41	54,55	9,97	6,99	0,09	100,00	3,81

No	Indikator Orientasi Pasar	PERNYATAAN					Jml	Rata2
		SS	S	N	TS	STS		
1	Nilai pelanggan	12	58	20	10	0	100	
	Frekuensi x Skor	60	232	60	20	0	372	3,72
2	Kepuasan pelanggan	16	55	24	5	0	100	
	Frekuensi x Skor	80	220	72	10	0	382	3,82
3	Sharing dengan konsumen	9	58	22	1	0	90	
	Frekuensi x Skor	45	232	66	2	0	345	3,65
4	Merespon strategi pesaing	33	42	13	12	0	100	
	Frekuensi x Skor	165	168	39	24	0	396	3,96
5	Koordinasi merumuskan strategi	16	53	24	7	0	100	
	Frekuensi x Skor	80	212	72	14	0	378	3,78
Jumlah		430	1064	309	70	0	1873	
Persentase		22,96	56,81	16,50	3,74	0,00	100,00	3,79



No	Indikator Keunggulan Bersaing	PERNYATAAN					Jml	Rata2
		SS	S	N	TS	STS		
1	Bernilai	25	50	20	5	0	100	
	Frekuensi x Skor	125	200	60	10	0	395	3,95
2	Memiliki ciri khas	23	51	19	7	0	100	
	Frekuensi x Skor	115	204	57	14	0	390	3,90
3	Sulit ditiru	21	56	16	7	0	100	
	Frekuensi x Skor	105	224	48	14	0	391	3,91
Jumlah		345	628	165	38	0	1176	
Persentase		29,34	53,40	14,03	3,23	0,00	100,00	3,92

No	Indikator Kinerja Pemasaran	PERNYATAAN					Jml	Rata2
		SS	S	CS	TS	STS		
1	Pertumbuhan pangsa pasar	24	48	21	7	0	100	
	Frekuensi x Skor	120	192	63	14	0	389	3,89
2	Pertumbuhan penjualan	18	54	22	6	0	100	
	Frekuensi x Skor	90	216	66	12	0	384	3,84
3	Keuntungan	18	49	24	9	0	100	
	Frekuensi x Skor	90	196	72	18	0	376	3,76
4	Pertumbuhan pelanggan	17	58	21	4	0	100	
	Frekuensi x Skor	85	232	63	8	0	388	3,88
Jumlah		385	836	264	52	0	1537	
Persentase		25,05	54,39	17,18	3,38	0,00	100,00	3,84

### **LAMPIRAN 3 HASIL ANALISIS DATA**

## Frequencies Kreativitas Program Pemasaran

### Statistics

		x1.1	x1.2	x1.3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		3.83	3.96	3.65
Median		4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4
Std. Deviation		.922	.974	.892

## Frequency Table

### x1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	13.0	13.0	13.0
	Netral	13	13.0	13.0	26.0
	Setuju	52	52.0	52.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### x1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	12.0
	Netral	10	10.0	10.0	22.0
	Setuju	47	47.0	47.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### x1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	16	16.0	16.0	16.0
	Netral	15	15.0	15.0	31.0
	Setuju	57	57.0	57.0	88.0
	Sangat Setuju	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Frequencies Orientasi Pasar

Statistics

	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5
N Valid	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0
Mean	3.72	3.82	3.65	3.96	3.78
Median	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode	4	4	4	4	4
Std. Deviation	.805	.757	.796	.974	.799

## Frequency Table

x2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	10	10.0	10.0	10.0
Netral	20	20.0	20.0	30.0
Setuju	58	58.0	58.0	88.0
Sangat Setuju	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Netral	24	24.0	24.0	29.0
Setuju	55	55.0	55.0	84.0
Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

x2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
Netral	22	22.0	22.0	33.0
Setuju	58	58.0	58.0	91.0
Sangat Setuju	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**x2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	12.0	12.0	12.0
	Netral	13	13.0	13.0	25.0
	Setuju	42	42.0	42.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**x2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Netral	24	24.0	24.0	31.0
	Setuju	53	53.0	53.0	84.0
	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Frequencies Keunggulan Bersaing

**Statistics**

		y1.1	y1.2	y1.3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
	Mean	3.95	3.90	3.91
	Median	4.00	4.00	4.00
	Mode	4	4	4
	Std. Deviation	.809	.835	.805

## Frequency Table

y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Netral	20	20.0	20.0	25.0
	Setuju	50	50.0	50.0	75.0
	Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Netral	19	19.0	19.0	26.0
	Setuju	51	51.0	51.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Netral	16	16.0	16.0	23.0
	Setuju	56	56.0	56.0	79.0
	Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Frequencies Kinerja Pemasaran

### Statistics

		y2.1	y2.2	y2.3	y2.4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.89	3.84	3.76	3.88
Median		4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4
Std. Deviation		.852	.788	.854	.729

### y2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Netral	21	21.0	21.0	28.0
	Setuju	48	48.0	48.0	76.0
	Sangat Setuju	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### y2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Netral	22	22.0	22.0	28.0
	Setuju	54	54.0	54.0	82.0
	Sangat Setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### y2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
	Netral	24	24.0	24.0	33.0
	Setuju	49	49.0	49.0	82.0
	Sangat Setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### y2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Netral	21	21.0	21.0	25.0
	Setuju	58	58.0	58.0	83.0
	Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	Kreatifitas program pemasaran
x1.1	Pearson Correlation	1	.713**	.664**	.905**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	.713**	1	.565**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	.664**	.565**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kreatifitas program pemasaran	Pearson Correlation	.905**	.875**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

## Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	Orientasi pasar
x2.1	Pearson Correlation	1	.745**	.681**	.566**	.752**	.894**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	.745**	1	.766**	.497**	.702**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.3	Pearson Correlation	.681**	.766**	1	.373	.640**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.4	Pearson Correlation	.566**	.497**	.373	1	.495	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.5	Pearson Correlation	.752**	.702**	.640**	.495**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Orientasi pasar	Pearson Correlation	.894**	.879**	.817**	.729**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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



## Correlations

		y1.1	y1.2	y1.3	Keunggulan bersaing
y1.1	Pearson Correlation	1	.681**	.629**	.887**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
y1.2	Pearson Correlation	.681**	1	.572**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
y1.3	Pearson Correlation	.629**	.572**	1	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Keunggulan bersaing	Pearson Correlation	.887**	.870**	.844**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

## Correlations

		y2.1	y2.2	y2.3	y2.4	Kinerja pemasaran
y2.1	Pearson Correlation	1	.711**	.630**	.548**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
y2.2	Pearson Correlation	.711**	1	.588**	.494**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
y2.3	Pearson Correlation	.630**	.588**	1	.684**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
y2.4	Pearson Correlation	.548**	.494**	.684**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kinerja pemasaran	Pearson Correlation	.866**	.831**	.866**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	3

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
x1.1	3.83	.922	100
x1.2	3.96	.974	100
x1.3	3.65	.892	100

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	7.61	2.725	.779	.721
x1.2	7.48	2.737	.702	.798
x1.3	7.79	3.077	.663	.832

## Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	5

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
x2.1	3.72	.805	100
x2.2	3.82	.757	100
x2.3	3.65	.796	100
x2.4	3.96	.974	100
x2.5	3.78	.799	100

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	15.21	7.461	.826	.834
x2.2	15.11	7.755	.809	.840
x2.3	15.28	7.921	.711	.861
x2.4	14.97	7.827	.545	.909
x2.5	15.15	7.705	.767	.848

## Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	3

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
y1.1	3.95	.809	100
y1.2	3.90	.835	100
y1.3	3.91	.805	100

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1.1	7.81	2.115	.739	.728
y1.2	7.86	2.122	.694	.772
y1.3	7.85	2.270	.655	.810

## Reliability

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	4

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
y2.1	3.89	.852	100
y2.2	3.84	.788	100
y2.3	3.76	.854	100
y2.4	3.88	.729	100

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y2.1	11.48	4.091	.741	.810
y2.2	11.53	4.433	.697	.828
y2.3	11.61	4.079	.741	.810
y2.4	11.49	4.737	.662	.843

## NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-.0358932
	Std. Deviation	.90512625
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.087
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kreatifitas program pemasaran	.428	2.339
	Orientasi pasar	.388	2.575
	Keunggulan bersaing	.431	2.320

a. Dependent Variable: Kinerja pemasaran

## Regression (Heteroskedastisitas)

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keungulan bersaing, Kreativitas program pemasaran, Orientasi pasar <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.126 <sup>a</sup>	.016	-.015	.91187491

a. Predictors: (Constant), Keungulan bersaing, Kreativitas program pemasaran, Orientasi pasar

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.281	3	.427	.513	.674 <sup>b</sup>
	Residual	79.826	96	.832		
	Total	81.106	99			

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

b. Predictors: (Constant), Keungulan bersaing, Kreativitas program pemasaran, Orientasi pasar

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.178	.556		-.320	.750
	Kreatifitas program pemasaran	-.021	.057	-.057	-.369	.713
	Orientasi pasar	-.030	.043	-.113	-.694	.489
	Keungulan bersaing	.081	.066	.189	1.226	.223

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual

## Regression

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Orientasi pasar, Kreatifitas program pemasaran <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 <sup>a</sup>	.569	.560	1.408

a. Predictors: (Constant), Orientasi pasar, Kreatifitas program pemasaran

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	253.907	2	126.954	64.027	.000 <sup>b</sup>
	Residual	192.333	97	1.983		
	Total	446.240	99			

a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing

b. Predictors: (Constant), Orientasi pasar, Kreatifitas program pemasaran

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.841	.808		3.516	.001
	Kreatifitas program pemasaran	.299	.083	.343	3.584	.001
	Orientasi pasar	.291	.059	.469	4.895	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan bersaing



## Regression (Model II)

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keungulan bersaing, Kreativitas program pemasaran, Orientasi pasar <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kinerja pemasaran

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.937 <sup>a</sup>	.879	.875	.961

a. Predictors: (Constant), Keungulan bersaing, Kreativitas program pemasaran, Orientasi pasar

b. Dependent Variable: Kinerja pemasaran

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	640.722	3	213.574	231.443	.000 <sup>b</sup>
	Residual	88.588	96	.923		
	Total	729.310	99			

a. Dependent Variable: Kinerja pemasaran

b. Predictors: (Constant), Keungulan bersaing, Kreativitas program pemasaran, Orientasi pasar

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.558	.585		.953	.343
	Kreativitas program pemasaran	.245	.061	.220	4.053	.000
	Orientasi pasar	.104	.045	.132	2.308	.023
	Keungulan bersaing	.853	.069	.667	12.312	.000

a. Dependent Variable: Kinerja pemasaran