

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

A. Brand Management Capabilities

No.	Pernyataan	Jawaban
1	Kami memiliki kemampuan menggunakan wawasan pelanggan untuk mengidentifikasi posisi merek yang bernilai	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) :		
<input type="checkbox"/> Mengenal apa yang diharapkan pelanggan <input type="checkbox"/> Membuat merek (seperti nama toko) yang mudah diingat banyak orang <input type="checkbox"/> Melakukan promosi untuk memperkenalkan merek (misal nama toko) kepada pelanggan <input type="checkbox"/> Membuat tagline (slogan) dimana konsumen mudah mengenal merek (toko) <input type="checkbox"/> Lainnya (sebutkan) :		
2	Kami memiliki kemampuan mengembangkan citra merek diantara target pelanggan	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) :		
<input type="checkbox"/> Mengenal apa yang diharapkan pelanggan <input type="checkbox"/> Membuat merek (seperti nama toko) yang mudah diingat banyak orang <input type="checkbox"/> Melakukan promosi untuk memperkenalkan merek (misal nama toko) kepada pelanggan <input type="checkbox"/> Membuat tagline (slogan) dimana konsumen mudah mengenal merek (toko) <input type="checkbox"/> Lainnya (sebutkan) :		
3	Kami memiliki kemampuan dalam mengembangkan kesadaran merek di antara target pelanggan	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) :		
<input type="checkbox"/> Terus berkomunikasi dengan pelanggan <input type="checkbox"/> Melayani dengan lebih baik (seperti menghantar atau menjemput pelanggan / jemput bola) <input type="checkbox"/> Melakukan promosi terus menerus <input type="checkbox"/> Membuat tagline (slogan) yang memudahkan konsumen mengenal merek (toko) <input type="checkbox"/> Lainnya (sebutkan) :		
4	Kami memiliki kemampuan dalam menetapkan asosiasi merek yang diinginkan di benak pelanggan	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) :		
<input type="checkbox"/> Terus berkomunikasi dengan pelanggan <input type="checkbox"/> Melayani dengan lebih baik (seperti menghantar atau menjemput pelanggan / jemput bola) <input type="checkbox"/> Melakukan promosi terus menerus <input type="checkbox"/> Membuat tagline (slogan) yang memudahkan konsumen mengenal merek (toko) <input type="checkbox"/> Lainnya (sebutkan) :		
5	Kami memiliki kemampuan mencapai tingkat kesadaran merek yang tinggi di pasar	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) :		
<input type="checkbox"/> Membina hubungan baik dengan pelanggan setia <input type="checkbox"/> Meminta informasi kelebihan dan kekurangan produk dan layanan <input type="checkbox"/> Meminta informasi keinginan pelanggan <input type="checkbox"/> Memberi solusi atas masalah terkait kebutuhan pelanggan		

<input type="checkbox"/> Lainnya (sebutkan) :													
6	Perusahaan kami memiliki kemampuan dalam memanfaatkan ekuitas merek yang tinggi di pasar												
<table border="1"> <tr> <td>SST</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>SS</td> </tr> </table>		SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS		
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) :													
<input type="checkbox"/> Memiliki data lengkap tentang pelanggan <input type="checkbox"/> Berinteraksi terus menerus dengan pelanggan <input type="checkbox"/> Memberi penghargaan kepada <input type="checkbox"/> Mengikutsertakan pelanggan dalam menciptakan desain dan kualitas produk dan layanan <input type="checkbox"/> Lainnya (sebutkan) :													

B. Market Sensing Capabilities

No.	Pernyataan	Jawaban												
1	Kami memiliki kemampuan untuk belajar tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta cara memenuhinya	<table border="1"> <tr> <td>SST</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>SS</td> </tr> </table>	SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS			
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) :														
<input type="checkbox"/> Mengamati perilaku pelanggan <input type="checkbox"/> Berkomunikasi langsung dengan pelanggan <input type="checkbox"/> Menganalisis informasi pelanggan dari media sosial (WA, Fb, Instagram, dan lain-lain) <input type="checkbox"/> Menganalisis informasi pelanggan dari media masa tulis seperti dari koran dan majalah <input type="checkbox"/> Menganalisis informasi pelanggan dari internet <input type="checkbox"/> Menganalisis informasi pelanggan dari media elektronik seperti radio dan televisi <input type="checkbox"/> Lainnya (sebutkan) :														
2	Kami memiliki kemampuan untuk belajar dan memahami strategi dan taktik pesaing utama perusahaan di pasar	<table border="1"> <tr> <td>SST</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>SS</td> </tr> </table>	SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS			
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) :														
<input type="checkbox"/> Mengamati perilaku pesaing <input type="checkbox"/> Berkomunikasi langsung dengan pesaing terdekat <input type="checkbox"/> Menganalisis informasi pesaing dari media sosial (WA, Fb, Instagram, dan lain-lain) <input type="checkbox"/> Menganalisis informasi pesaing dari media masa tulis seperti dari koran dan majalah <input type="checkbox"/> Menganalisis informasi pesaing dari internet <input type="checkbox"/> Menganalisis informasi pesaing dari media elektronik seperti radio dan televisi <input type="checkbox"/> Lainnya (sebutkan) :														
3	Kami memiliki kemampuan untuk mendapatkan informasi tentang anggota saluran baik dalam distribusi maupun komunikasi	<table border="1"> <tr> <td>SST</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>SS</td> </tr> </table>	SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS			
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) :														
<input type="checkbox"/> Mengamati perilaku supplier (pemasok) <input type="checkbox"/> Berkomunikasi langsung dengan supplier (pemasok) <input type="checkbox"/> Menganalisis informasi supplier (pemasok) dari media sosial (WA, Fb, Instagram, dan lain-lain) <input type="checkbox"/> Menganalisis informasi supplier (pemasok) dari media masa tulis seperti dari koran dan majalah <input type="checkbox"/> Menganalisis informasi supplier (pemasok) dari internet <input type="checkbox"/> Menganalisis informasi supplier (pemasok) dari media elektronik seperti radio dan televisi <input type="checkbox"/> Lainnya (sebutkan) :														

4	Kami memiliki kemampuan untuk belajar memahami pasar yang terus berubah	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) :		
<input type="checkbox"/> Mengamati perkembangan perubahan budaya di masyarakat <input type="checkbox"/> Mengamati perkembangan sosial ekonomi di masyarakat <input type="checkbox"/> Mengamati perkembangan daya beli masyarakat <input type="checkbox"/> Mengamati perkembangan demografi (kependudukan) <input type="checkbox"/> Mengamati perkembangan permintaan masyarakat <input type="checkbox"/> Lainnya (sebutkan) :		

C. Relational Selling Strategy

No.	Pernyataan	Jawaban
1	Tujuan penjualan perusahaan kami adalah menciptakan nilai kemaslahatan bagi pelanggan atau mitra	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
2	Kami terus berinteraksi dengan pelanggan untuk memahami perubahan kebutuhan dan keinginan mereka	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Caranya seperti apa :		
3	Kami konsisten dalam membangun hubungan dan menyelaraskan sinergi interorganisasional dengan mitra usaha dengan baik	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Bentuknya seperti apa :		
4	Kami memiliki komitmen yang kuat untuk terus mempererat ikatan persaudaraan dengan pelanggan atau mitra kerja	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Caranya bagaimana :		
5	Kami melakukan koordinasi antar fungsi secara intensif untuk efektivitas strategi pemasaran dengan baik	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Berapa kali dalam satu bulan :		

D. Marketing Performance

No.	Pernyataan	Jawaban
1	Selama tiga bulan terakhir ini hasil penjualan (dalam rupiah) perusahaan kami terus meningkat	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Berapa kira-kira persentase (%) peningkatan hasil penjualan produk perusahaan setiap tahunnya? <input type="checkbox"/> Kurang dari 5% <input type="checkbox"/> 5 – 10% <input type="checkbox"/> 11 – 15% <input type="checkbox"/> 16 – 20% <input type="checkbox"/> Lebih dari 20%		
2	Selama tiga tahun terakhir ini jumlah produk yang kami jual (dalam unit) terus meningkat.	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS

Berapa kira-kira persentase (%) peningkatan volume penjualan produk perusahaan setiap tahunnya?																							
<input type="checkbox"/> Kurang dari 5% <input type="checkbox"/> 5 – 10% <input type="checkbox"/> 11 – 15% <input type="checkbox"/> 16 – 20% <input type="checkbox"/> Lebih dari 20%																							
3	Selama tiga tahun terakhir ini jumlah pelanggan kami terus bertambah.	<table border="1"> <tr> <td>SST</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>SS</td> </tr> </table>										SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS												
Berapa kira-kira persentase (%) penambahan jumlah pelanggan setiap tahunnya?																							
<input type="checkbox"/> Kurang dari 5% <input type="checkbox"/> 5 – 10% <input type="checkbox"/> 11 – 15% <input type="checkbox"/> 16 – 20% <input type="checkbox"/> Lebih dari 20%																							
4	Selama tiga tahun terakhir ini wilayah penjualan perusahaan kami terus bertambah luas.	<table border="1"> <tr> <td>SST</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>SS</td> </tr> </table>										SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS												
Lingkup wilayah penjualan sekarang:																							
<input type="checkbox"/> Kecamatan <input type="checkbox"/> Kabupaten <input type="checkbox"/> Provinsi <input type="checkbox"/> Nasional <input type="checkbox"/> Internasional																							

Lampiran 2. Hasil Kuesioner Responden

NO	BMC 1	BMC 2	BMC 3	BMC 4	BMC 5	BMC 6	BMC	MSC 1	MSC 2	MSC 3	MSC 4	MSC	RSS 1	RSS 2	RSS 3	RSS 4	RSS 5	RSS	MP 1	MP 2	MP 3	MP 4	MP
1	9	8	8	8	7	8	48	7	7	8	8	30	9	8	7	8	8	40	8	9	7	9	33
2	8	9	9	9	8	8	51	8	8	9	7	32	7	7	8	9	8	39	9	7	8	8	32
3	8	8	8	8	8	8	48	9	7	8	8	32	7	9	8	8	8	40	7	8	9	8	32
4	9	9	8	8	10	8	52	9	8	8	6	31	9	8	8	8	8	41	8	8	9	9	34
5	9	9	9	9	8	8	52	8	9	8	7	32	9	7	8	7	8	39	9	7	5	6	27
6	8	10	9	8	8	7	50	9	9	8	9	35	7	8	9	9	9	42	7	8	6	7	28
7	7	7	8	9	8	8	47	8	9	9	8	34	8	9	8	8	7	40	7	7	4	8	26
8	8	6	9	8	7	7	45	9	10	10	10	39	7	7	8	8	9	39	7	7	7	7	28
9	8	7	8	9	8	9	49	8	8	8	7	31	8	7	8	8	9	40	8	10	8	9	35
10	9	8	8	9	8	10	52	7	9	7	9	32	9	6	7	8	8	38	9	9	8	5	31
11	8	10	8	10	10	8	54	9	9	9	7	34	8	7	10	7	9	41	7	8	6	7	28
12	8	9	6	9	9	6	47	8	9	8	8	33	8	8	9	10	9	44	9	8	7	7	31
13	9	8	8	9	9	8	51	8	9	9	9	35	7	7	9	7	10	40	8	7	9	9	33
14	9	9	8	8	8	9	51	7	9	10	10	36	8	7	9	9	8	41	8	7	8	8	31
15	9	9	7	8	8	8	49	6	9	10	8	33	8	9	6	8	8	39	8	8	8	8	32
16	7	7	8	8	8	8	46	9	9	9	8	35	8	8	8	9	9	42	7	7	7	7	28
17	8	6	6	7	6	8	41	9	9	8	8	34	8	7	8	8	7	38	8	9	7	8	32
18	7	8	8	7	8	7	45	8	8	9	8	33	8	7	7	7	7	36	7	7	8	6	28
19	8	7	8	7	7	8	45	9	8	8	9	34	8	8	8	9	8	41	8	8	8	8	32
20	8	6	6	7	7	6	40	8	8	8	9	33	8	7	7	7	7	36	7	8	7	7	29
21	7	6	7	6	6	6	38	8	8	8	8	32	7	8	7	8	7	37	8	8	6	7	29
22	7	7	7	7	7	7	42	6	7	8	8	29	8	8	7	8	7	38	8	8	7	7	30
23	8	7	7	6	6	6	40	8	8	8	8	32	6	8	8	7	7	36	8	6	7	6	27
24	8	7	8	8	7	8	46	6	8	8	8	30	8	9	8	8	7	40	8	7	8	8	31
25	8	8	8	9	9	9	51	9	9	9	8	35	9	9	8	8	7	41	9	9	9	8	35
26	6	5	8	7	8	6	40	9	9	8	8	34	9	9	7	8	8	41	8	7	8	8	31
27	7	7	7	7	7	7	42	8	8	8	9	33	8	8	8	8	7	39	7	8	8	8	31

28	8	7	8	7	8	8	46	8	8	7	8	31	8	8	8	8	6	38	7	7	7	7	28
29	7	8	8	6	7	7	43	7	7	8	8	30	7	9	8	9	7	40	7	7	8	8	30
30	7	7	7	6	7	7	41	8	8	7	9	32	7	8	8	8	6	37	7	7	7	7	28
31	8	7	7	7	7	7	43	10	7	8	7	32	7	7	8	8	7	37	7	5	8	8	$\frac{2}{8}$
32	8	8	7	6	8	8	45	7	8	9	9	33	9	7	7	7	8	38	5	5	5	5	20
33	8	7	7	6	6	4	38	7	6	4	5	22	5	4	5	6	4	24	4	4	4	4	16
34	6	5	4	4	4	4	27	7	7	6	7	27	4	5	5	4	4	22	7	7	7	7	28
35	8	8	8	7	8	9	48	8	9	6	8	31	7	6	7	7	9	36	6	7	6	7	26
36	5	7	8	8	5	8	41	7	8	6	9	30	8	5	7	9	7	36	8	6	8	6	28
37	9	9	7	7	5	5	42	8	8	8	6	30	7	9	6	6	7	35	7	8	9	8	32
38	6	7	7	7	6	8	41	8	7	6	7	28	7	7	8	7	8	37	6	6	4	4	20
39	8	8	6	7	6	8	43	6	8	8	6	28	6	6	8	6	8	34	7	7	6	7	27
40	8	8	8	7	6	7	44	7	8	8	8	31	8	8	8	8	8	40	9	9	8	9	35
41	8	8	8	7	8	8	47	6	8	8	7	29	8	8	8	8	8	40	8	8	8	8	32
42	8	8	8	8	8	8	48	9	8	9	9	35	9	8	7	8	8	40	9	9	8	9	35
43	8	8	8	9	8	8	49	7	8	8	8	31	8	8	9	9	8	42	8	8	9	8	33
44	8	9	8	8	8	8	49	8	9	8	8	33	8	8	8	8	8	40	9	9	9	9	36
45	8	8	8	8	8	8	48	9	9	9	8	35	8	8	8	8	8	40	9	9	9	9	36
46	8	8	8	8	8	8	48	8	8	8	8	32	7	7	6	8	7	35	8	9	7	9	33
47	7	7	7	7	7	7	42	8	7	7	8	30	7	8	8	8	8	39	8	8	8	8	32
48	7	8	8	8	8	9	48	8	8	8	9	33	7	9	8	9	8	41	7	8	8	9	32
49	8	9	8	7	9	8	49	9	8	7	8	32	8	8	9	8	8	41	8	7	9	8	32
50	7	9	8	7	8	7	46	8	7	9	9	33	9	7	8	9	7	40	7	9	7	9	32
51	8	8	8	8	9	9	50	8	8	8	8	32	8	8	8	8	8	40	7	8	8	8	31
52	9	8	7	8	8	8	48	8	8	7	8	31	8	8	8	9	8	41	9	8	9	8	34
53	7	8	8	8	8	8	47	9	9	9	8	35	8	8	7	8	8	39	7	8	8	7	30
54	7	7	7	6	6	6	39	7	6	7	8	28	9	8	8	8	8	41	7	8	8	6	29
55	5	6	6	7	7	7	38	8	7	8	8	31	8	8	9	9	8	42	7	8	8	8	31
56	8	9	8	8	7	8	48	7	8	8	8	31	8	8	7	9	7	39	7	8	8	7	30

57	8	8	8	9	8	8	49	8	7	8	8	31	9	9	7	9	9	43	8	8	7	9	32
58	8	8	8	8	8	7	47	8	8	8	8	32	9	8	9	9	8	43	8	7	8	9	32
59	7	9	8	8	8	7	47	7	8	8	9	32	9	7	9	8	8	41	8	9	8	8	33
60	8	8	7	8	7	7	45	8	8	8	7	31	8	8	7	8	7	38	7	8	8	7	30
61	9	8	8	7	8	8	48	8	8	7	7	30	7	7	8	8	6	36	8	7	7	8	30
62	8	8	7	7	7	8	45	8	9	7	8	32	7	7	9	9	8	40	7	7	8	8	30
63	7	8	9	8	7	7	46	8	8	8	8	32	7	7	8	8	7	37	7	7	8	6	28
64	8	7	8	8	8	7	46	7	7	8	8	30	8	9	7	7	8	39	8	8	9	8	33
65	9	8	8	8	8	7	48	8	8	7	7	30	8	9	8	7	8	40	8	8	7	8	31
66	8	8	8	8	7	8	47	8	8	7	8	31	6	8	7	7	7	35	8	8	7	7	30
67	8	7	8	7	8	8	46	8	8	8	8	32	7	8	7	6	7	35	7	7	8	8	30
68	7	8	7	7	8	8	45	8	8	8	8	32	8	8	6	8	7	37	8	7	8	7	30
69	8	8	8	8	8	8	48	8	8	8	8	32	8	9	9	8	8	42	8	6	6	6	26
70	8	8	8	8	8	8	48	8	8	8	8	32	8	8	8	7	8	39	7	8	6	6	27
71	8	8	8	8	8	8	48	8	8	8	8	32	9	9	9	9	8	44	9	9	8	9	35
72	8	8	8	8	8	7	47	8	8	8	8	32	8	8	8	8	8	40	9	9	9	9	36
73	8	8	8	8	8	8	48	9	8	8	9	34	8	8	8	8	8	40	8	8	8	8	32
74	8	8	9	8	8	8	49	8	8	9	9	34	8	8	7	7	7	37	8	9	8	9	34
75	8	8	8	8	8	8	48	8	8	8	8	32	8	8	8	9	8	41	9	9	9	9	36
76	7	9	8	8	8	8	48	8	8	8	8	32	8	8	8	8	8	40	8	9	8	9	34
77	8	7	8	9	9	8	49	8	9	8	8	33	8	8	9	9	8	42	9	8	9	8	34
78	8	7	8	8	8	9	48	9	8	8	9	34	8	9	8	9	8	42	8	8	9	8	33
79	8	8	8	9	8	8	49	9	8	8	8	33	8	8	9	8	8	41	9	9	8	9	35
80	8	8	8	8	8	8	48	8	9	9	9	35	8	8	8	8	7	39	8	8	8	8	32
81	8	8	8	8	8	8	48	8	8	8	8	32	8	9	8	8	8	41	8	9	9	9	35
82	8	7	8	8	8	8	47	8	7	7	7	29	8	8	8	8	8	40	8	9	8	9	34
83	8	8	9	8	9	8	50	9	9	8	8	34	8	8	8	8	7	39	8	8	8	8	32
84	8	8	8	7	8	8	47	8	8	7	8	31	8	8	8	8	8	40	9	9	9	9	36
85	8	9	9	9	9	8	52	9	8	9	9	35	7	8	7	7	7	36	8	7	8	8	31
86	8	9	8	8	9	9	51	9	9	9	9	36	8	7	7	7	7	36	8	7	8	7	30

87	8	8	8	9	9	8	50	10	8	9	8	35	8	8	7	7	8	38	8	8	8	7	31
88	8	8	8	8	8	8	48	7	8	9	8	32	8	8	8	8	8	40	8	9	9	9	35
89	8	9	8	9	8	8	50	8	7	7	7	29	8	9	8	8	8	41	9	8	9	9	35
90	7	8	8	8	7	8	46	8	7	7	8	30	7	7	7	8	7	36	8	8	7	7	30
91	7	7	8	8	8	7	45	8	7	7	7	29	7	8	7	8	8	38	7	7	8	8	30
92	8	7	7	7	6	7	42	8	8	7	7	30	8	7	8	8	8	39	8	7	7	7	29
93	7	8	8	7	7	7	44	8	7	7	8	30	7	8	8	8	7	38	8	7	7	7	29
94	6	6	7	7	7	7	40	6	7	7	6	26	6	6	6	7	7	32	7	7	6	6	26
95	7	8	8	7	7	7	44	8	7	7	8	30	8	7	8	8	8	39	7	8	8	7	30
96	8	7	7	7	8	7	44	7	7	7	7	28	8	6	6	8	6	34	6	5	6	6	23
97	6	7	8	6	7	7	41	8	7	6	7	28	7	6	7	7	7	34	7	6	6	6	25
98	7	7	7	7	7	7	42	6	6	5	7	24	8	8	6	7	7	36	7	6	6	7	26
99	7	6	6	7	7	7	40	6	7	6	6	25	7	6	7	6	7	33	6	6	7	6	25
100	8	8	8	8	8	8	48	8	8	9	8	33	7	8	7	9	7	38	8	8	8	8	32
101	8	8	7	7	8	7	45	8	7	8	7	30	8	7	7	7	7	36	8	7	7	6	28
102	7	8	8	7	8	7	45	7	8	7	8	30	7	7	7	8	7	36	8	7	7	7	29
103	7	8	7	7	7	7	43	7	7	7	7	28	8	7	7	8	8	38	8	6	8	5	27
104	7	7	7	6	8	9	44	8	8	8	8	32	8	8	7	8	9	40	8	7	7	8	30
105	7	8	9	8	7	8	47	7	8	8	8	31	8	8	8	8	7	39	8	7	8	8	31
106	8	8	8	8	9	7	48	8	8	7	7	30	10	10	10	9	8	47	8	8	8	8	32
107	8	7	8	8	7	9	47	9	9	8	8	34	8	7	8	8	8	39	8	7	8	7	30
108	8	8	9	8	9	7	49	8	8	8	8	32	9	6	8	7	8	38	9	9	8	9	35
109	7	7	8	8	9	7	46	9	5	9	10	33	9	9	8	8	8	42	10	9	9	7	35
110	8	8	9	8	8	10	51	9	9	8	10	36	8	6	8	9	8	39	9	9	8	8	34
111	8	8	9	8	8	8	49	10	9	8	9	36	8	8	7	9	7	39	8	8	8	8	32
112	8	8	8	8	7	8	47	8	7	9	8	32	9	9	8	9	7	42	9	9	9	9	36
113	8	8	8	8	8	8	48	8	8	9	8	33	9	9	9	9	8	44	9	9	9	10	37
114	8	8	9	8	9	9	51	8	8	9	8	33	8	7	9	9	9	42	10	10	9	8	37
115	8	9	7	8	8	8	48	8	8	7	9	32	9	7	7	8	8	39	9	8	8	8	33
116	8	8	8	8	8	8	48	8	8	7	10	33	8	8	9	9	8	42	8	8	8	8	32

117	8	8	8	8	7	8	47	10	8	6	9	33	8	8	8	9	4	37	8	10	10	8	36
118	10	8	8	8	8	8	50	8	8	8	8	32	10	9	9	8	8	44	8	7	8	8	31
119	8	7	8	8	10	8	49	8	9	8	8	33	8	6	9	9	8	40	7	7	8	9	31
120	8	8	7	8	7	8	46	7	7	7	7	28	9	6	8	8	9	40	8	8	8	8	32
121	10	9	10	9	9	8	55	9	9	8	8	34	9	9	10	8	8	44	9	9	9	10	37
122	8	8	8	8	7	7	46	7	6	8	7	28	6	7	8	7	8	36	8	8	7	8	31
123	5	6	5	7	6	6	35	6	7	6	7	26	6	6	6	6	7	31	7	7	7	7	28
124	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	24
125	6	6	6	7	6	7	38	6	6	6	6	24	7	6	7	7	6	33	7	6	7	6	26
126	5	5	5	4	4	5	28	4	5	4	5	18	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	18
127	7	8	8	8	7	7	45	8	8	8	6	30	8	8	9	8	7	40	8	7	9	8	32
128	7	7	7	8	7	7	43	8	6	7	8	29	8	7	7	7	7	36	7	7	7	7	28
129	6	7	6	7	7	7	40	8	7	7	8	30	8	8	8	9	7	40	7	7	7	7	28
130	7	8	7	7	7	7	43	8	7	8	8	31	8	8	8	9	8	41	8	7	7	7	29
131	7	7	7	7	7	7	42	8	7	7	7	29	7	7	8	7	8	37	7	7	8	8	30
132	7	7	8	7	7	7	43	8	7	7	7	29	7	8	7	7	6	35	7	7	8	8	30
133	7	7	7	7	7	7	42	8	7	7	8	30	8	8	7	8	8	39	7	6	7	6	26
134	8	7	7	8	8	7	45	8	7	8	7	30	6	7	8	7	7	35	8	7	9	6	30
135	9	7	6	8	7	7	44	8	8	8	8	32	8	8	8	7	8	39	7	8	7	7	29
136	8	7	8	8	8	7	46	8	8	7	7	30	8	8	8	7	8	39	8	7	7	7	29
137	9	8	9	8	10	8	52	8	10	8	8	34	9	9	9	9	8	44	9	8	9	8	34
138	9	8	9	9	10	9	54	8	8	8	8	32	10	10	9	8	9	46	9	8	7	9	33
139	9	8	9	9	8	9	52	10	8	9	8	35	9	8	9	9	9	44	9	8	8	8	33
140	10	9	10	9	10	9	57	10	9	9	9	37	9	8	9	8	8	42	9	10	9	9	37
141	10	9	10	9	10	9	57	9	9	8	9	35	10	9	9	8	9	45	9	10	9	10	38
142	9	8	9	9	9	9	53	9	8	9	9	35	10	9	9	9	8	45	9	9	8	8	34
143	9	8	9	9	8	10	53	9	9	10	8	36	8	8	8	8	10	42	10	9	8	7	34
144	9	9	9	8	9	10	54	9	10	9	10	38	8	7	10	8	7	40	10	8	7	9	34
145	9	9	10	9	10	9	56	10	9	10	9	38	9	8	8	9	10	44	10	10	9	10	39
146	9	8	7	10	9	8	51	8	9	7	9	33	9	8	7	8	8	40	8	9	8	10	35

147	9	8	8	9	8	9	51	9	10	9	8	36	8	9	8	9	8	42	9	8	8	9	34
148	9	9	9	7	8	7	49	9	9	9	8	35	9	7	9	8	8	41	9	8	8	8	33
149	8	8	8	9	9	8	50	9	9	9	9	36	8	8	8	8	7	39	8	8	9	8	33
150	8	9	9	8	8	9	51	9	8	9	9	35	7	8	8	6	8	37	8	8	9	8	33
151	8	9	8	8	9	9	51	10	8	10	9	37	8	8	8	9	7	40	8	9	8	9	34
152	9	9	9	8	8	8	51	8	9	9	7	33	9	9	9	9	9	45	9	9	9	9	36
153	10	9	9	8	9	8	53	7	9	8	8	32	9	8	9	9	9	44	9	9	9	8	35
154	8	9	8	8	8	9	50	9	8	9	8	34	8	9	8	8	9	42	9	9	9	9	36
155	8	8	8	9	9	9	51	9	8	8	9	34	8	8	9	9	9	43	9	9	9	9	36
156	9	9	8	8	9	9	52	9	8	10	9	36	9	9	7	8	8	41	9	8	9	8	34
157	7	8	8	8	8	9	48	8	8	8	9	33	8	8	6	8	7	37	9	9	10	10	38
158	8	9	9	9	9	10	54	9	10	9	10	38	9	8	7	8	9	41	9	9	9	9	36
159	9	9	9	9	9	9	54	9	9	9	8	35	9	8	9	8	9	43	9	8	8	8	33
160	10	10	9	8	9	8	54	7	9	7	9	32	10	10	8	10	9	47	8	9	8	8	33
161	9	10	9	8	8	8	52	9	8	8	9	34	10	10	8	10	9	47	8	8	6	9	31
162	8	8	7	6	9	8	46	8	7	8	8	31	8	8	8	9	8	41	7	7	6	5	25
163	8	9	8	8	10	8	51	10	9	10	9	38	7	8	8	7	7	37	7	8	7	9	31
164	8	8	9	8	9	8	50	9	8	8	9	34	7	7	7	8	7	36	8	7	8	7	30
165	7	8	7	6	8	7	43	8	7	8	8	31	8	8	8	7	6	37	8	7	7	6	28
166	8	8	7	7	7	7	44	8	7	7	8	30	8	7	8	7	7	37	7	6	7	6	26

Lampiran 3. Hasil Olah Data SPSS

HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS**A. Variabel Brand Management Capabilities (X1)****Correlations**

		BMC1	BMC2	BMC3	BMC4	BMC5	BMC6	Brand Management Capabilities
BMC1	Pearson Correlation	1	.601**	.547**	.532**	.560**	.459**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
BMC2	Pearson Correlation	.601**	1	.595**	.519**	.567**	.473**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
BMC3	Pearson Correlation	.547**	.595**	1	.605**	.631**	.586**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
BMC4	Pearson Correlation	.532**	.519**	.605**	1	.645**	.613**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
BMC5	Pearson Correlation	.560**	.567**	.631**	.645**	1	.594**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
BMC6	Pearson Correlation	.459**	.473**	.586**	.613**	.594**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	166	166	166	166	166	166	166
Brand Management Capabilities	Pearson Correlation	.767**	.778**	.823**	.814**	.841**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	166	166	166	166	166	166	166

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	166	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	166	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BMC1	38.95	16.221	.661	.874
BMC2	38.95	16.143	.677	.872
BMC3	38.96	15.756	.738	.862
BMC4	39.05	15.840	.726	.864
BMC5	38.98	14.757	.748	.861
BMC6	39.05	15.882	.670	.873

B. Variabel Market Sensing Capabilities (X2)

Correlations

		MSC1	MSC2	MSC3	MSC4	Market Sensing Capabilities
MSC1	Pearson Correlation	1	.452**	.500**	.471**	.773**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166
MSC2	Pearson Correlation	.452**	1	.539**	.457**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166
MSC3	Pearson Correlation	.500**	.539**	1	.506**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	166	166	166	166	166
MSC4	Pearson Correlation	.471**	.457**	.506**	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	166	166	166	166	166
Market Sensing Capabilities	Pearson Correlation	.773**	.773**	.822**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	166	166	166	166	166

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	166	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	166	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MSC1	23.86	5.659	.582	.750
MSC2	23.95	5.816	.595	.743
MSC3	24.01	5.145	.643	.719
MSC4	23.91	5.804	.587	.747

C. Variabel Relational Selling Strategy (Y1)

Correlations

		RSS1	RSS2	RSS3	RSS4	RSS5	Relational Selling Strategy
RSS1	Pearson Correlation	1	.534**	.460**	.554**	.507**	.808**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166
RSS2	Pearson Correlation	.534**	1	.378**	.460**	.359**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166
RSS3	Pearson Correlation	.460**	.378**	1	.509**	.503**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166
RSS4	Pearson Correlation	.554**	.460**	.509**	1	.416**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	166	166	166	166	166	166
RSS5	Pearson Correlation	.507**	.359**	.503**	.416**	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	166	166	166	166	166	166
Relational Selling Strategy	Pearson Correlation	.808**	.728**	.748**	.770**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	166	166	166	166	166	166

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	166	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	166	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RSS1	31.19	8.666	.676	.755
RSS2	31.36	9.105	.550	.794
RSS3	31.30	9.194	.593	.781
RSS4	31.16	9.107	.629	.770
RSS5	31.44	9.205	.570	.788

D. Variabel Marketing Performance (Y2)

Correlations

		MP1	MP2	MP3	MP4	Marketing Performance
MP1	Pearson Correlation	1	.683**	.599**	.575**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166
MP2	Pearson Correlation	.683**	1	.591**	.709**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	166	166	166	166	166
MP3	Pearson Correlation	.599**	.591**	1	.616**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	166	166	166	166	166
MP4	Pearson Correlation	.575**	.709**	.616**	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	166	166	166	166	166
Marketing Performance	Pearson Correlation	.826**	.879**	.826**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	166	166	166	166	166

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	166	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	166	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MP1	23.20	9.037	.709	.841
MP2	23.34	7.972	.773	.812
MP3	23.38	8.479	.685	.848
MP4	23.40	7.696	.735	.830

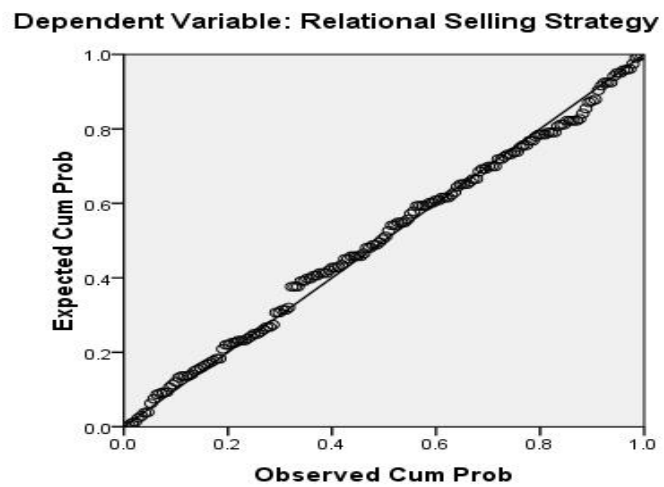
HASIL UJI ASUMSI KLASIK

a. Uji Normalitas

MODEL 1

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

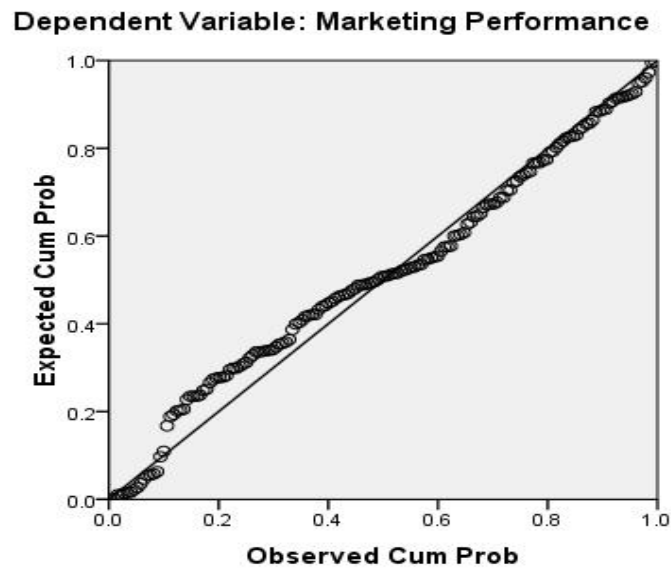
		Standardized Residual
N		166
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99392092
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.051
	Negative	-.056
Kolmogorov-Smirnov Z		.723
Asymp. Sig. (2-tailed)		.672

a. Test distribution is Normal.

MODEL 2

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		166
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.99086739
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.049
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		1.136
Asymp. Sig. (2-tailed)		.152

a. Test distribution is Normal.

b. Uji Multikolinearitas

Model 1

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Brand Management Capabilities	.492	2.030
	Market Sensing Capabilities	.492	2.030

a. Dependent Variable: Relational Selling Strategy

Model 2

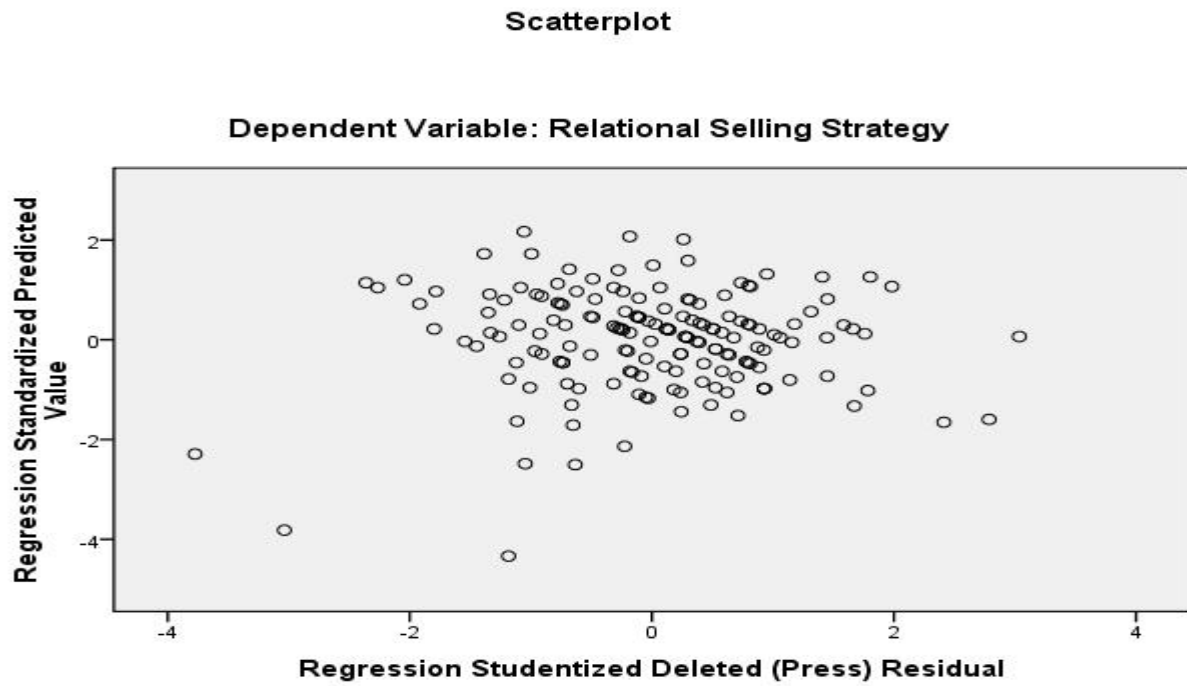
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Brand Management Capabilities	.372	2.690
	Market Sensing Capabilities	.480	2.085
	Relational Selling Strategy	.504	1.985

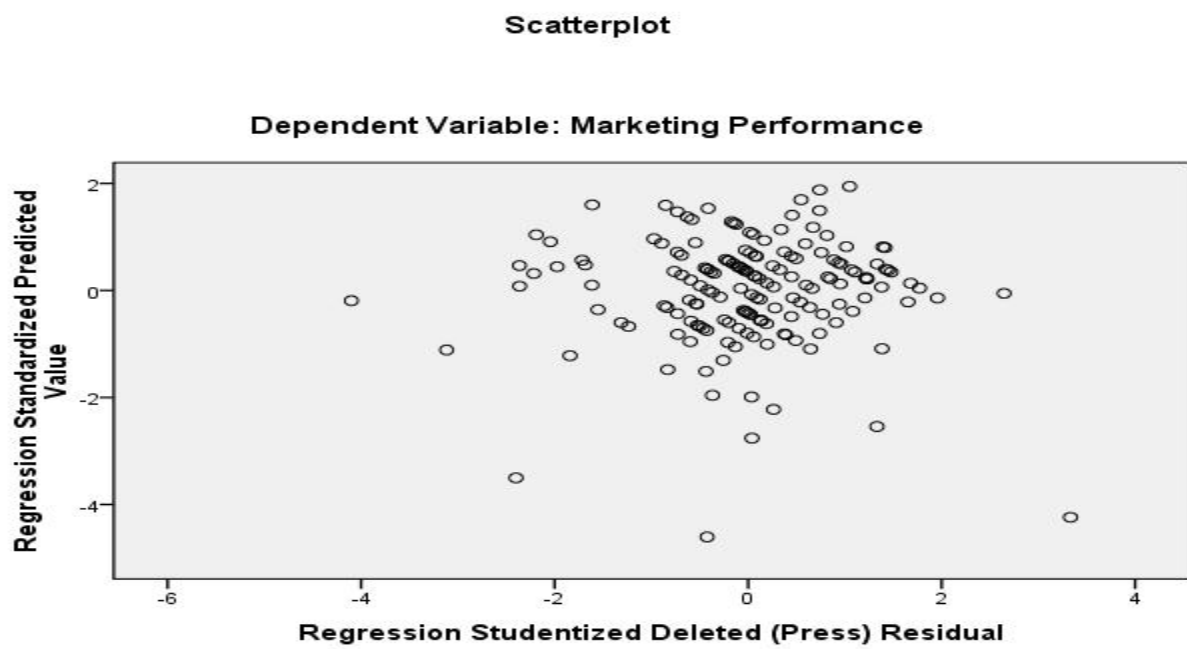
a. Dependent Variable: Marketing Performance

c. Uji Heteroskedastisitas

Model 1



Model 2



HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model Regresi 1

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Market Sensing Capabilities, Brand Management Capabilities ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Relational Selling Strategy

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.704 ^a	.496	.490	2.626	1.566

a. Predictors: (Constant), Market Sensing Capabilities, Brand Management Capabilities

b. Dependent Variable: Relational Selling Strategy

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1106.753	2	553.376	80.244	.000 ^a
	Residual	1124.072	163	6.896		
	Total	2230.825	165			

a. Predictors: (Constant), Market Sensing Capabilities, Brand Management Capabilities

b. Dependent Variable: Relational Selling Strategy

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.692	2.265		5.161	.000		
	Brand Management Capabilities	.450	.062	.577	7.279	.000	.492	2.030
	Market Sensing Capabilities	.200	.095	.166	2.091	.038	.492	2.030

a. Dependent Variable: Relational Selling Strategy

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Brand Management Capabilities	Market Sensing Capabilities
1	1	2.992	1.000	.00	.00	.00
	2	.005	23.404	.98	.21	.09
	3	.003	33.216	.02	.79	.91

a. Dependent Variable: Relational Selling Strategy

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	27.88	44.73	39.11	2.590	166
Std. Predicted Value	-4.336	2.166	.000	1.000	166
Standard Error of Predicted Value	.204	.978	.329	.130	166
Adjusted Predicted Value	28.35	44.82	39.13	2.552	166
Residual	-9.182	7.722	.000	2.610	166
Std. Residual	-3.496	2.940	.000	.994	166
Stud. Residual	-3.630	2.962	-.002	1.009	166
Deleted Residual	-9.898	7.835	-.012	2.690	166
Stud. Deleted Residual	-3.775	3.036	-.003	1.019	166
Mahal. Distance	.002	21.878	1.988	3.044	166
Cook's Distance	.000	.462	.011	.046	166
Centered Leverage Value	.000	.133	.012	.018	166

a. Dependent Variable: Relational Selling Strategy

Model Regresi 2

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Relational Selling Strategy, Market Sensing Capabilities, Brand Management Capabilities ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Marketing Performance

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.695 ^a	.483	.474	2.727	1.537

a. Predictors: (Constant), Relational Selling Strategy, Market Sensing Capabilities, Brand Management Capabilities

b. Dependent Variable: Marketing Performance

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1127.073	3	375.691	50.509	.000 ^a
	Residual	1204.975	162	7.438		
	Total	2332.048	165			

a. Predictors: (Constant), Relational Selling Strategy, Market Sensing Capabilities, Brand Management Capabilities

b. Dependent Variable: Marketing Performance

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.521	2.538		.205	.838		
	Brand Management Capabilities	.225	.074	.282	3.046	.003	.372	2.690
	Market Sensing Capabilities	.238	.100	.193	2.369	.019	.480	2.085
	Relational Selling Strategy	.319	.081	.312	3.917	.000	.504	1.985

a. Dependent Variable: Marketing Performance

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Brand Management Capabilities	Market Sensing Capabilities	Relational Selling Strategy
1	1	3.988	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.006	26.883	.90	.13	.05	.02
	3	.004	32.633	.01	.00	.52	.63
	4	.002	41.123	.09	.87	.43	.35

a. Dependent Variable: Marketing Performance

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	19.07	36.19	31.11	2.614	166
Std. Predicted Value	-4.605	1.943	.000	1.000	166
Standard Error of Predicted Value	.221	1.167	.395	.154	166
Adjusted Predicted Value	18.25	36.09	31.11	2.642	166
Residual	-10.610	7.968	.000	2.702	166
Std. Residual	-3.890	2.922	.000	.991	166
Stud. Residual	-3.914	3.232	.000	1.008	166
Deleted Residual	-10.739	9.752	-.001	2.800	166
Stud. Deleted Residual	-4.100	3.331	-.002	1.020	166
Mahal. Distance	.090	29.196	2.982	3.927	166
Cook's Distance	.000	.585	.009	.049	166
Centered Leverage Value	.001	.177	.018	.024	166

a. Dependent Variable: Marketing Performance

HASIL UJI SOBEL TEST

Model 1



A: ?
 B: ?
 SE_A: ?
 SE_B: ?

Calculate!

Sobel test statistic: 3.46152751
One-tailed probability: 0.00026856
Two-tailed probability: 0.00053712

Model 2



A: ?
 B: ?
 SE_A: ?
 SE_B: ?

Calculate!

Sobel test statistic: 1.85663457
One-tailed probability: 0.03168158
Two-tailed probability: 0.06336316