

Lampiran 1 : Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN



PROGRAM STUDI MANAJEMEN - KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

CUSTOMER SERVICE STRATEGY ON MARKETING PERFORMANCE : ROLE MARKETING INNOVATIVENESS AND BRAND MANAGEMENT CAPABILITY

*Dan tolong – menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan
jangan tolong – menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan
bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya*

[Al-Maidah/5:2]

**TERIMA KASIH ATAS SEGALA KONTRIBUSI BAPAK/IBU SAUDARA
DALAM PENELITIAN KAMI SEMOGA ALLAH SWT MELIMPAHKAN
RAHMAT DAN HIDAYAH KEPADA KITA SEKALIAN. AAMIIN.....**

KUESIONER PENELITIAN

PROGRAM STUDI MANAJEMEN - KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN

CUSTOMER SERVICE STRATEGY ON MARKETING PERFORMANCE : ROLE MARKETING INNOVATIVENESS AND BRAND MANAGEMENT CAPABILITY

Petunjuk Umum

1. Gunakan pensil atau pulpen untuk mengisi kuesioner
2. Gunakan huruf dan kalimat yang jelas agar mudah dibaca
3. Isi pertanyaan dengan jawaban yang jelas dan lengkap

I. Identitas Responden

No	Identitas	Penjelasan
1.	Nama Responden (boleh tidak diisi)
2.	Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan
3.	Agama	
4.	Jabatan dalam Perusahaan	<input type="checkbox"/> Pemilik <input type="checkbox"/> Pengelola <input type="checkbox"/> Pemilik dan pengelola
5.	Umur	<input type="checkbox"/> ≤ 25 tahun <input type="checkbox"/> 26 – 30 tahun <input type="checkbox"/> 31 – 35 tahun <input type="checkbox"/> 36 – 40 tahun <input type="checkbox"/> 41 – 45 tahun <input type="checkbox"/> ≥ 45 tahun
6.	Latar Belakang Keluarga	<input type="checkbox"/> Pengusaha <input type="checkbox"/> Bukan Pengusaha
7.	Pengalaman Berusaha	th
8.	Pendidikan Terakhir	<input type="checkbox"/> SD <input type="checkbox"/> SMP <input type="checkbox"/> SMU <input type="checkbox"/> Diploma <input type="checkbox"/> Sarjana S1 <input type="checkbox"/> Pascasarjana (S2) <input type="checkbox"/> Doktor (S3)
9.	Status	<input type="checkbox"/> Belum Menikah <input type="checkbox"/> Menikah <input type="checkbox"/> Janda/duda
10.	Pekerjaan lain	

II. Identitas Perusahaan

No.	Identitas	Penjelasan
1.	Nama Perusahaan	
2.	Alamat Perusahaan	
3.	No telp/HP	
4.	Status Hukum Perusahaan	<input type="checkbox"/> PT <input type="checkbox"/> Perorangan <input type="checkbox"/> CV <input type="checkbox"/> Lainnya (sebutkan)
5.	Jenis Usaha	<input type="checkbox"/> Ritel <input type="checkbox"/> Manufaktur (Konveksi) <input type="checkbox"/> Ritel online <input type="checkbox"/> Grosir
6.	Tahun mulai beroperasi	

7.	Jumlah Tenaga Kerja	<input type="checkbox"/> ≤ 5 orang <input type="checkbox"/> 6 – 20 orang <input type="checkbox"/> 21 – 50 orang <input type="checkbox"/> 51 – 100 orang <input type="checkbox"/> ≥ 100 orang
8.	Wilayah Pemasaran	<input type="checkbox"/> Kecamatan <input type="checkbox"/> Provinsi <input type="checkbox"/> Kabupaten / Kota <input type="checkbox"/> Nasional <input type="checkbox"/> Internasional
9.	Modal	Awal : Sekarang :
10.	Daerah penjualan terjauh	
11.	Produk yang dihasilkan	<input type="checkbox"/> Busana Muslim Khusus Pria <input type="checkbox"/> Busana Muslim Khusus Wanita <input type="checkbox"/> Busana Muslim Pria dan Wanita <input type="checkbox"/> Busana Muslim dan Non Busana Muslim
12.	Omzet penjualan perbulan	Paling Rendah : Paling Tinggi :
13.	Keuntungan perbulan	Paling Rendah : Paling Tinggi :
14.	Perkiraan pelanggan setia	<input type="checkbox"/> Kurang dari 10 <input type="checkbox"/> Antara 10 s/d 30 <input type="checkbox"/> Antara 30 s/d 50 <input type="checkbox"/> Lebih dari 50

Petunjuk Mengisi

Beri tanda X sesuai dengan pendapat, penilaian, persepsi atas pengalaman yang bapak / ibu lakukan. Pilih angka 1 sampai dengan 10 dari kolom yang sudah disediakan seperti berikut :

STS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----

Ket : STS = Sangat Tidak Setuju, SS = Sangat Setuju

Contoh :

No	Pernyataan	Jawaban
4.	Kami terus menerus memperbaiki penampilan produk busana muslim yang ditawarkan	STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Penampilan produk busana muslim yang senantiasa diperbaiki (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) <input type="checkbox"/> Desain <input type="checkbox"/> Corak <input type="checkbox"/> Bentuk <input type="checkbox"/> Warna <input type="checkbox"/> Ukuran <input type="checkbox"/> Bahan <input type="checkbox"/> Lain – lain (Sebutkan) :		

III. Variabel Penelitian

A. Marketing Innovativeness

No.	Pernyataan	Jawaban
1.	Kami member kebebasan berkreasi kepada seluruh SDM perusahaan (seperti pengelola dan karyawan) untuk menemukan ide-ide pemasaran baru yang dapat memperbaiki efektivitas program-program pemasaran	
		STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Bentuk dukungan apa saja yang diberikan (boleh memilih lebih dari satu) : <input type="checkbox"/> Fasilitas teknologi (seperti alat komunikasi pemasaran, missal HP). <input type="checkbox"/> Fasilitas pelatihan kewirausahaan <input type="checkbox"/> Fasilitas transportasi (misalnya motor) <input type="checkbox"/> Lain – lain (Sebutkan)		
2.	Kami sering mencoba (eksperimen) cara – cara baru dalam melaksanakan program-program pemasaran	
		STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Bentuk uji coba yang pernah kami lakukan (boleh memilih lebih dari satu) : <input type="checkbox"/> Membuat / menawarkan produk baru, <input type="checkbox"/> Merubah harga jual (missal melalui potongan harga atau penurunan harga secara langsung), <input type="checkbox"/> Mencari daerah pemasaran baru, <input type="checkbox"/> Merubah cara-cara melakukan promosi, <input type="checkbox"/> Membuat kartu pelanggan, berinteraksi dengan pelanggan dalam sebuah komunitas,		
3.	Kami senantiasa memanfaatkan teknologi baru yang memudahkan pemasaran produk yang dihasilkan	
		STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Contoh pemanfaatan teknologi (boleh memilih lebih dari satu) : <input type="checkbox"/> Media Sosial, <input type="checkbox"/> Internet, <input type="checkbox"/> Manajemen hubungan pelanggan (missal kartu pelanggan), <input type="checkbox"/> Surat massa tulis seperti surat kabar, majalah dan lain – lain. <input type="checkbox"/> Media elektronik seperti radio, TV dan lain-lain.		
	Kami terus menerus memperbaiki penampilan produk busana muslim yang ditawarkan	
Penampilan produk busana muslim yang senantiasa diperbaiki (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) <input type="checkbox"/> Desain <input type="checkbox"/> Corak <input type="checkbox"/> Bentuk <input type="checkbox"/> Warna <input type="checkbox"/> Ukuran <input type="checkbox"/> Bahan <input type="checkbox"/> Lain – lain (Sebutkan) :		

B. Brand Management Capabilities

No.	Pernyataan	Jawaban
1.	Kami memiliki kemampuan menggunakan wawasan pelanggan untuk mengidentifikasi posisi merek yang bernilai	
		STS 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 (missal nama toko) kepada pelanggan <input type="checkbox"/> Membuat tagline (slogan) dimana konsumen mudah mengenal merek (toko) <input type="checkbox"/> Lain – lain (Sebutkan)		
2.	Kami memiliki kemampuan dalam menetapkan asosiasi merek yang diinginkan di benak pelanggan	
		STS 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)		
3.	Kami memiliki kemampuan mengembangkan citra merek di antara target pelanggan	
		STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) :		
<input type="checkbox"/> Membuat / menawarkan produk baru, <input type="checkbox"/> Merubah harga jual (missal melalui potongan harga atau penurunan harga secara langsung), <input type="checkbox"/> Mencari daerah pemasaran baru, <input type="checkbox"/> Merubah cara-cara melakukan promosi, <input type="checkbox"/> Membuat kartu pelanggan, berinteraksi dengan pelanggan dalam sebuah komunitas,		
4.	Kami memiliki kemampuan dalam mengembangkan kesaran merek di antara target pelanggan	
		STS 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)		

C. Customer Service Strategy

No.	Pernyataan	Jawaban
1.	Kami terus menerus meningkatkan kecepatan pelayanan kepada pelanggan	
		STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
2.	Kami terus membangun hubungan dengan pelanggan dan memastikan pelanggan puas dengan produk dan layanan perusahaan kami.	
		STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
3.	Tujuan pelayanan kami adalah untuk meningkatkan nilai kemashlahatan bersama antara perusahaan dengan pelanggan atau mitra	
		STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
4.	Kami terus mengembangkan fasilitas untuk layanan pelanggan yang sesuai dengan ketentuan agama (Syariah)	
		STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS

D. Marketing Performance

No.	Pernyataan	Jawaban
1.	Selama tiga tahun terakhir ini hasil penjualan (dalam rupiah) perusahaan kami terus meningkat	
		STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Berapa kira – kira presentase (%) 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 (dalam unit) perusahaan kami terus meningkat	
		STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Berapa kira – kira presentase (%) 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%		
3.	Selama tiga tahun ini jumlah pelanggan kami terus bertambah	
		STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Berapa kira – kira presentase (%) 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%		
4.	Selama tiga tahun terakhir ini keuntungan perusahaan kami terus meningkat	
		STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
Berapa kira – kira presentase (%) 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%		

Lampiran 2 : Hasil kuesioner responden

No	MARKETING INNOVATIVENESS					BRAND MANAGEMENT CAPABILITY					CUSTOMER SERVICE STRATEGY					MARKETING PERFORMANCE				
	M1	M2	M3	M4	Total	BM1	BM2	BM3	BM4	Total	RSS1	RSS2	RSS3	RSS4	Total	MP1	MP2	MP3	MP4	Total
1.	9	10	9	8	36	8	8	8	8	32	7	7	8	8	30	10	9	9	7	35
2.	8	8	8	8	32	8	9	9	8	34	9	9	9	7	34	8	7	8	8	31
3.	8	7	7	8	30	6	8	8	9	31	8	7	7	9	31	7	7	6	6	26
4.	7	8	9	7	31	8	7	8	8	31	9	8	9	7	33	8	7	7	7	29
5.	9	8	9	9	35	7	8	8	8	31	8	7	7	7	29	7	8	7	8	30
6.	9	8	7	5	29	9	9	10	10	38	7	8	7	8	30	9	9	10	8	36
7.	9	10	7	6	32	7	5	4	6	22	9	8	8	8	33	5	5	7	6	23
8.	7	7	8	9	31	6	9	9	9	33	9	8	7	10	34	8	8	8	8	32
9.	8	7	8	7	30	8	9	9	9	35	8	9	8	9	34	8	9	9	9	35
10.	8	9	9	9	35	7	5	6	7	25	10	8	8	9	35	6	6	7	7	26
11.	9	8	7	9	33	9	8	8	8	33	7	7	8	8	30	8	9	7	9	33
12.	9	7	8	8	32	8	9	9	9	35	9	6	7	9	31	9	7	8	8	32
13.	7	6	8	8	29	5	9	8	8	30	7	6	6	6	25	6	8	7	6	27
14.	6	6	8	8	28	8	8	7	7	30	7	7	6	6	26	8	7	7	7	29
15.	5	7	8	9	29	7	8	8	6	29	8	10	10	6	34	5	6	6	6	23
16.	9	8	8	7	32	8	8	8	8	32	9	8	8	8	33	7	8	9	8	32
17.	7	7	7	7	28	9	9	8	8	34	8	9	8	8	33	8	8	9	9	34
18.	7	6	7	7	27	9	9	9	9	36	9	9	10	8	36	7	9	7	8	31
19.	9	9	8	7	33	8	8	9	7	32	7	7	7	8	29	7	7	6	8	28
20.	8	7	6	6	27	9	9	9	9	36	9	8	8	9	34	9	7	5	6	27
21.	7	8	8	7	30	9	8	8	9	34	9	7	10	8	34	9	9	8	6	32

21.	7	8	8	7	30	8	10	8	10	36	7	8	7	9	31	7	8	6	9	30
22.	8	8	7	8	31	8	9	6	9	32	9	9	9	9	36	9	8	7	6	30
23.	9	7	8	9	33	9	8	8	9	34	8	7	7	10	32	8	7	9	9	33
24.	8	9	9	9	35	9	9	8	8	34	6	7	9	9	31	8	7	8	8	31
25.	8	9	7	6	30	9	9	7	8	33	9	8	8	9	34	8	8	8	8	32
26.	8	9	7	8	32	7	7	8	8	30	8	9	8	9	34	7	7	7	7	28
27.	8	7	8	8	31	8	6	6	7	27	8	8	9	8	33	8	9	7	7	31
28.	8	9	9	7	33	7	8	8	7	30	7	7	7	7	28	7	7	8	7	29
29.	6	6	6	6	24	7	7	7	7	28	8	8	8	8	32	6	7	6	7	26
30.	8	8	7	8	31	7	8	8	8	31	8	9	9	9	35	6	5	7	5	23
31.	9	9	8	9	35	8	9	9	10	36	9	10	9	9	37	8	10	9	9	36
32.	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	8	8	8	8	32	8	8	8	8	32
33.	9	9	9	9	36	8	7	8	7	30	8	8	7	8	31	8	8	8	6	30
34.	8	7	8	9	32	8	6	6	7	27	7	8	8	7	30	7	8	7	7	29
35.	7	8	7	7	29	7	6	7	6	26	6	7	8	6	27	8	8	6	7	29
36.	8	6	7	7	28	6	7	7	8	28	6	7	8	8	29	7	6	6	6	25
37.	7	7	8	7	29	6	6	7	6	25	8	7	8	7	30	7	7	6	6	26
38.	8	8	7	7	30	9	8	8	7	32	7	7	8	7	29	7	8	6	7	28
39.	9	8	8	8	33	7	8	8	8	31	9	10	9	8	36	9	9	9	10	37
40.	8	8	8	8	32	7	7	7	6	27	8	8	7	8	31	8	8	8	8	32
41.	7	7	7	6	27	8	7	8	8	31	8	8	8	8	32	8	7	8	8	31
42.	7	7	8	8	30	7	8	7	8	30	8	8	8	8	32	7	7	7	7	28
43.	9	9	9	9	36	8	8	8	9	33	8	8	8	7	31	9	9	9	8	35
44.	9	9	9	9	36	6	6	6	5	23	8	8	8	7	31	7	7	7	6	27
45.	7	6	5	6	24	5	6	6	5	22	7	8	7	7	29	5	4	5	5	19

46.	8	7	7	7	29	6	5	8	7	26	9	8	7	8	32	8	7	8	8	31
47.	8	8	8	9	33	7	7	7	7	28	7	8	8	8	31	7	8	8	7	30
48.	8	8	8	7	31	8	7	8	7	30	8	8	8	8	32	7	7	7	7	28
49.	8	8	8	6	30	7	8	8	6	29	8	7	8	7	30	7	7	8	7	29
50.	7	8	8	7	30	6	7	7	7	27	7	7	7	7	28	7	7	7	6	27
51.	6	10	10	8	34	9	8	8	8	33	10	8	7	10	35	7	7	8	7	29
52.	8	7	8	9	32	7	7	7	6	27	8	8	6	8	30	7	7	7	7	28
53.	7	8	8	8	31	8	7	7	7	29	8	8	8	9	33	7	5	8	6	26
54.	9	8	10	9	36	8	8	7	8	31	9	9	7	9	34	10	10	10	10	40
55.	8	8	8	8	32	8	7	7	7	29	8	8	8	8	32	7	7	7	7	28
56.	9	8	8	9	34	8	9	9	8	34	8	9	9	10	36	10	10	10	10	40
57.	7	7	7	6	27	7	5	7	7	26	8	6	5	6	25	6	7	8	8	29
58.	9	8	7	8	32	8	8	7	6	29	8	7	7	8	30	5	5	5	5	20
59.	6	7	9	7	29	8	7	7	6	28	4	8	4	4	20	4	4	4	4	16
60.	8	7	6	7	28	8	7	5	8	28	8	8	8	8	32	7	7	7	6	27
61.	6	8	7	7	28	6	7	8	4	25	7	7	6	5	25	7	6	5	4	22
62.	5	6	4	5	20	5	5	4	4	18	6	7	6	7	26	6	5	6	6	23
63.	6	6	5	7	24	6	5	4	4	19	6	8	8	7	29	7	7	7	6	27
64.	9	8	9	9	35	8	8	8	7	31	8	8	8	9	33	9	9	8	9	35
65.	8	8	9	7	32	8	8	8	7	31	8	8	8	8	32	8	8	8	8	32
66.	8	8	8	9	33	8	8	8	8	32	9	8	8	8	33	9	9	8	8	34
67.	9	8	8	8	33	8	8	8	9	33	8	8	8	8	32	8	8	9	8	33
68.	9	9	8	9	35	8	9	8	8	33	8	8	8	8	32	9	9	9	9	36
69.	9	9	9	9	36	8	8	8	8	32	9	9	9	8	35	9	9	9	9	36
70.	8	9	7	9	33	8	8	8	8	32	8	9	6	7	30	8	9	7	7	31

71	9	7	10	8	34	7	7	7	7	28	7	7	7	9	30	8	8	8	8	32
72	9	8	7	9	33	7	6	7	7	27	7	7	6	7	27	8	7	9	8	32
73	8	7	9	8	32	10	10	10	10	40	10	10	10	10	40	8	8	8	8	32
74	8	8	7	8	31	7	8	8	8	31	9	8	8	9	34	7	8	8	8	31
75	8	8	9	8	33	7	8	8	8	31	7	9	8	9	33	7	8	8	8	31
76	6	7	8	9	30	8	7	8	8	31	9	10	8	9	36	8	8	9	9	34
77	7	4	8	7	26	7	7	7	6	27	8	8	8	8	32	7	8	8	8	31
78	7	8	8	9	32	5	6	6	7	24	8	9	7	8	32	7	8	8	8	31
79	8	7	7	8	30	9	9	8	7	33	9	8	9	8	34	8	8	8	8	32
80	8	8	9	9	34	9	7	9	8	33	8	9	8	8	33	6	6	6	6	24
81	7	8	8	7	30	8	9	8	8	33	8	8	9	9	34	7	8	8	8	31
82	7	8	8	9	32	8	8	8	9	33	8	7	9	8	32	8	8	7	8	31
83	8	9	9	8	34	8	9	8	9	34	8	9	8	8	33	8	7	8	8	31
84	8	8	6	8	30	5	6	6	8	25	7	8	7	7	29	7	8	7	5	27
85	7	7	8	8	30	7	7	7	8	29	7	8	6	8	29	7	7	8	6	28
86	7	8	7	8	30	8	8	8	8	32	9	8	9	8	34	8	7	8	8	31
87	8	7	7	8	30	7	9	8	8	32	8	7	7	7	29	8	9	8	7	32
88	6	7	8	8	29	10	8	8	7	33	8	7	9	7	31	6	7	8	8	29
89	8	10	9	8	35	7	8	6	7	28	5	8	5	5	23	4	4	4	5	17
90	5	4	8	7	24	7	8	6	6	27	6	9	4	8	27	5	5	5	5	20
91	6	7	8	8	29	8	8	7	8	31	8	8	7	8	31	7	8	8	7	30
92	8	7	7	8	30	9	8	8	7	32	6	7	9	9	31	8	7	7	7	29
93	8	8	7	8	31	8	8	7	7	30	8	8	9	8	33	7	7	8	8	30
94	7	8	9	8	32	7	8	9	8	32	7	7	8	8	30	7	7	8	8	30
95	8	7	7	9	31	8	7	8	8	31	8	7	9	8	32	8	8	9	7	32

96	8	8	8	8	32	8	7	8	8	31	9	9	9	9	36	8	8	9	9	34
97	8	8	8	8	32	8	8	8	9	33	9	8	8	8	33	9	9	8	9	35
98	8	9	8	9	34	8	8	8	8	32	8	8	8	8	32	8	8	8	9	33
99	8	8	9	9	34	8	8	8	8	32	8	8	8	8	32	8	9	9	9	35
100	8	8	7	8	31	8	7	8	8	31	8	8	8	8	32	8	9	8	9	34
101	8	9	8	9	34	8	8	9	8	33	8	8	9	8	33	8	8	8	8	32
102	8	7	8	9	32	8	8	8	7	31	8	8	8	8	32	9	9	9	9	36
103	7	8	8	8	31	8	8	7	7	30	6	8	7	8	29	7	6	7	7	27
104	9	9	10	7	35	8	9	9	9	35	8	8	6	9	31	8	7	8	8	31
105	6	8	9	9	32	8	9	8	8	33	7	8	6	8	29	8	7	8	8	31
106	9	9	10	10	38	8	8	8	9	33	8	9	7	9	33	8	8	8	8	32
107	8	8	8	8	32	8	8	8	8	32	8	8	7	8	31	8	8	8	8	32
108	8	8	8	8	32	8	8	8	7	31	8	8	8	8	32	8	8	8	8	32
109	8	7	8	8	31	8	8	8	8	32	8	9	9	9	35	8	9	9	9	35
110	9	8	8	8	33	8	9	8	9	34	9	9	8	8	34	9	8	9	8	34
111	10	5	9	8	32	8	7	8	8	31	9	9	8	8	34	8	7	8	7	30
112	6	7	8	8	29	8	8	8	8	32	9	9	7	9	34	9	8	6	6	29
113	9	8	8	9	34	8	8	8	8	32	6	8	8	8	30	8	7	6	8	29
114	10	9	7	6	32	8	8	9	8	33	10	8	10	9	37	9	9	8	8	34
115	5	6	8	8	27	7	7	8	8	30	9	10	7	7	33	10	9	9	9	37
116	8	8	9	8	33	8	8	9	8	33	8	9	8	8	33	9	9	8	7	33
117	6	6	7	9	28	7	7	6	6	26	8	9	7	7	31	6	9	9	9	33
118	10	8	10	10	38	8	8	9	8	33	8	8	8	9	33	8	8	8	8	32
119	6	6	8	9	29	8	8	8	8	32	9	9	6	7	31	9	9	9	9	36
120	6	7	7	8	28	7	7	7	7	28	9	8	7	8	32	7	7	7	8	29

121	4	5	8	8	25	8	7	8	9	32	6	7	7	6	26	8	10	10	9	37
122	5	6	4	5	20	4	5	4	8	21	9	8	9	9	35	4	4	4	4	16
123	5	7	8	8	28	6	8	8	8	30	9	8	6	7	30	6	7	8	8	29
124	4	7	7	9	27	8	7	8	8	31	9	8	7	7	31	9	9	9	9	36
125	6	7	4	6	23	4	5	5	5	19	7	6	7	6	26	6	8	8	7	29
126	6	8	8	9	31	8	7	7	7	29	9	9	4	8	30	8	8	9	9	34
127	5	7	5	9	26	9	6	7	7	29	9	8	6	7	30	5	6	5	5	21
128	4	9	5	8	26	6	7	6	6	25	8	8	5	7	28	4	5	4	4	17
129	8	8	10	8	34	8	7	8	8	31	9	9	9	9	36	9	9	9	9	36
130	8	8	9	9	34	9	8	10	10	37	9	9	9	8	35	9	9	10	9	37
131	9	9	8	8	34	8	8	8	8	32	7	7	8	8	30	7	7	6	7	27
132	8	7	8	6	29	8	8	8	8	32	8	9	9	8	34	8	8	7	8	31
133	9	8	8	9	34	8	8	8	8	32	8	9	8	8	33	9	9	9	9	36
134	9	9	9	9	36	8	8	9	8	33	10	10	8	8	36	10	10	9	9	38
135	8	7	8	7	30	8	9	7	8	32	8	9	8	8	33	9	8	8	9	34
136	4	4	4	6	18	7	8	7	7	29	7	7	5	8	27	6	7	8	7	28
137	7	7	6	6	26	7	7	6	7	27	7	6	6	8	27	8	7	7	6	28
138	5	7	8	8	28	7	7	6	6	26	6	6	6	6	24	7	6	6	7	26
139	7	6	7	6	26	5	6	5	7	23	6	6	6	7	25	7	7	7	7	28
140	6	6	6	7	25	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24	6	6	6	6	24
141	6	5	5	6	22	6	6	6	7	25	6	7	7	6	26	7	6	7	7	27
142	7	5	5	5	22	5	5	5	4	19	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19
143	8	9	8	9	34	7	7	7	8	29	8	8	8	8	32	7	7	8	8	30
144	8	8	7	9	32	8	8	8	7	31	7	9	9	8	33	7	7	8	7	29
145	8	9	8	8	33	7	8	8	8	31	8	7	7	9	31	8	7	9	7	31

146	8	8	9	8	33	7	7	7	8	29	7	7	6	7	27	7	7	7	7	28
147	7	8	8	8	31	6	7	6	7	26	7	7	7	9	30	7	7	7	7	28
148	7	7	7	7	28	7	8	7	7	29	8	8	8	7	31	8	7	7	7	29
149	8	7	7	7	29	7	7	7	7	28	8	7	7	7	29	7	7	8	7	29
150	8	9	7	6	30	8	7	6	7	28	7	7	8	8	30	8	8	7	8	31

Lampiran 3 : Hasil olah data SPSS

Uji Validitas

1. Marketing Innovativeness

		Correlations				
		indikator 1	indikator 2	indikator 3	indikator 4	TOTAL
indikator 1	Pearson Correlation	1	.522**	.439**	.248**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000
	N	150	150	150	150	150
indikator 2	Pearson Correlation	.522**	1	.448**	.358**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
indikator 3	Pearson Correlation	.439**	.448**	1	.543**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150
indikator 4	Pearson Correlation	.248**	.358**	.543**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150
TOTAL	Pearson Correlation	.751**	.769**	.806**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150

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

2. Brand Management Capability

Correlations

		indikator 1	indikator 2	indikator 3	indikator 4	TOTAL
indikator 1	Pearson Correlation	1	.593**	.617**	.513**	.801**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
indikator 2	Pearson Correlation	.593**	1	.706**	.642**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
indikator 3	Pearson Correlation	.617**	.706**	1	.652**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150
indikator 4	Pearson Correlation	.513**	.642**	.652**	1	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150
TOTAL	Pearson Correlation	.801**	.867**	.881**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150

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

3. Customer Service Strategy

Correlations

		indikator 1	indikator 2	indikator 3	indikator 4	TOTAL
indikator 1	Pearson Correlation	1	.514**	.435**	.530**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
indikator 2	Pearson Correlation	.514**	1	.356**	.376**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
indikator 3	Pearson Correlation	.435**	.356**	1	.439**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150
indikator 4	Pearson Correlation	.530**	.376**	.439**	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150
TOTAL	Pearson Correlation	.811**	.711**	.757**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150

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

4. Marketing Performance

Correlations

		indikator 1	indikator 2	indikator 3	indikator 4	TOTAL
indikator 1	Pearson Correlation	1	.785**	.692**	.672**	.876**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
indikator 2	Pearson Correlation	.785**	1	.737**	.750**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
indikator 3	Pearson Correlation	.692**	.737**	1	.789**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150
indikator 4	Pearson Correlation	.672**	.750**	.789**	1	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150
TOTAL	Pearson Correlation	.876**	.913**	.898**	.897**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150

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

Uji Reliabilitas

1. Marketing Innovativeness

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
indikator 1	23.11	7.613	.510	.710
indikator 2	23.07	7.875	.574	.672
indikator 3	22.93	7.338	.618	.645
indikator 4	22.81	8.717	.474	.725

2. Brand Management Capabilities

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
indikator 1	22.60	9.007	.651	.856
indikator 2	22.54	8.465	.758	.815
indikator 3	22.59	8.070	.774	.807
indikator 4	22.55	8.437	.692	.841

3. Customer Service Strategy

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
indikator 1	23.38	6.251	.634	.655
indikator 2	23.29	7.336	.515	.721
indikator 3	23.66	6.306	.511	.730
indikator 4	23.39	6.641	.571	.690

4. Marketing Performance

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
indikator 1	22.51	12.520	.782	.904
indikator 2	22.49	11.822	.840	.884
indikator 3	22.43	12.032	.815	.893
indikator 4	22.57	11.991	.812	.894

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Model regresi 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.73349683
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.044
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		.855
Asymp. Sig. (2-tailed)		.457

a. Test distribution is Normal.

Model regresi 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.54153912
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.039
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		1.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.201

a. Test distribution is Normal.

2. Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.617	2.141		6.826	.000		
	MARKETING INNOVATIVENESS	.154	.073	.168	2.097	.038	.729	1.371
	BRAND MANAGEMENT CAPABILITY	.396	.069	.456	5.699	.000	.729	1.371

a. Dependent Variable: CUSTOMER SERVICE STRATEGY

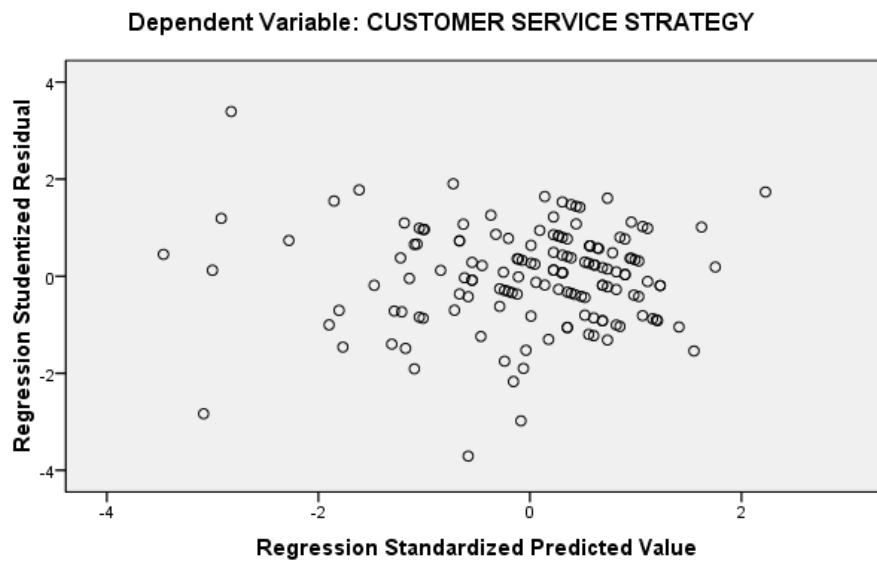
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.086	3.195		.027	.978		
	MARKETING INNOVATIVENESS	.195	.097	.153	2.014	.046	.708	1.412
	BRAND MANAGEMENT CAPABILITY	.420	.100	.349	4.211	.000	.597	1.674
	CUSTOMER SERVICE STRATEGY	.362	.107	.261	3.373	.001	.685	1.460

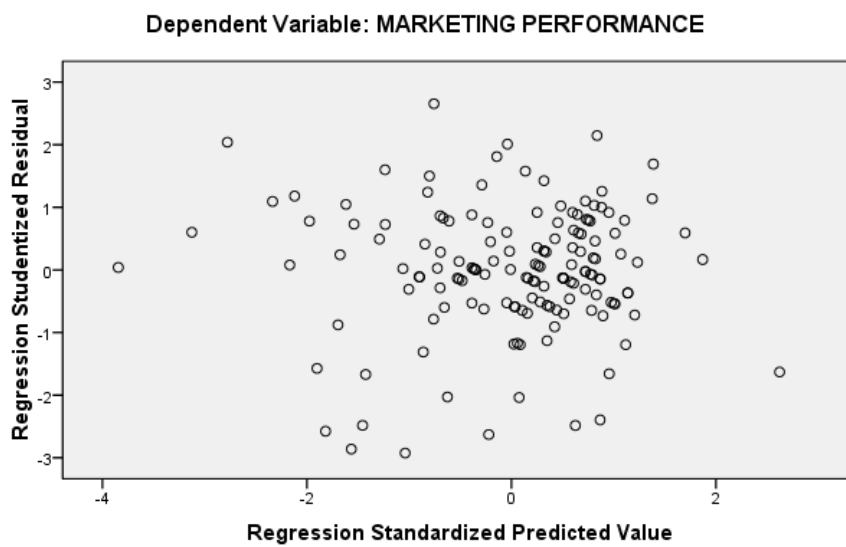
a. Dependent Variable: MARKETING PERFORMANCE

3. Hasil Uji Heterokedasitas

Scatterplot



Scatterplot



4. Hasil Uji Regresi Berganda

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	512.031	2	256.016	33.803	.000 ^a
	Residual	1113.329	147	7.574		
	Total	1625.360	149			

a. Predictors: (Constant), BRAND MANAGEMENT CAPABILITY, MARKETING INNOVATIVENESS

b. Dependent Variable: CUSTOMER SERVICE STRATEGY

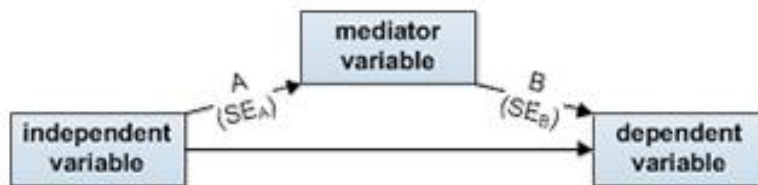
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1249.168	3	416.389	32.530	.000 ^a
	Residual	1868.832	146	12.800		
	Total	3118.000	149			

a. Predictors: (Constant), CUSTOMER SERVICE STRATEGY, MARKETING INNOVATIVENESS, BRAND MANAGEMENT CAPABILITY

b. Dependent Variable: MARKETING PERFORMANCE

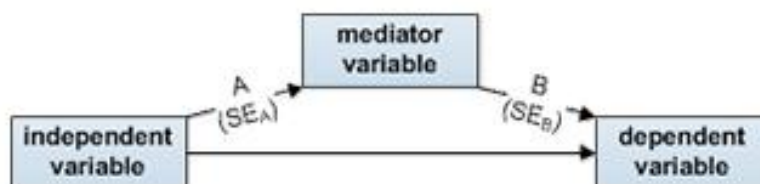
Sobel Test

A: ?B: ?SE_A: ?SE_B: ?**Calculate!**

Sobel test statistic: 1.79009147

One-tailed probability: 0.03671960

Two-tailed probability: 0.07343921

A: ?B: ?SE_A: ?SE_B: ?**Calculate!**

Sobel test statistic: 2.91447324

One-tailed probability: 0.00178145

Two-tailed probability: 0.00356289