

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KOESIONER PENELITIAN

PROGRAM STUDI MANAJEMEN – KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN MARKETING STRATEGY ON MARKET PERFORMANCE : AN EMPIRICAL STUDY IN INDONESIA ISLAMIC SMALL BUSINESS

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	☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3	Agama	
4	Jabatan dalam perusahaan	☐ Pemilik ☐ Pengelola ☐ Pemilik dan Pengelola
5	Umur	☐ ≤ 25 tahun ☐ 26-30 tahun ☐ 31 – 35 tahun ☐ 36 – 40 tahun ☐ 41-45 tahun ☐ ≥ 45 tahun
6	Latar Belakang Keluarga	☐ Pengusaha ☐ Bukan Pengusaha
7	Pengalaman Berusaha	
8	Pendidikan Terakhir	☐ SD ☐ SMP ☐ SMU ☐ Diploma ☐ Sarjana S1 ☐ Pascasarjana (S2) ☐ Doktor (S3)
9	Status	☐ Belum Manikah ☐ Menikah ☐ 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	☐ PT ☐ Perorangan ☐ CV ☐ Lainnya (sebutkan) :
5	Jenis Usaha	☐ Ritel ☐ Manufaktur (Konveksi) ☐ Ritel Online ☐ Grosir
6	Tahun mulai beroperasi	
7	Jumlah Tenaga Kerja	☐ ≤ 5 orang ☐ 6 – 20 orang ☐ 21 – 50 orang ☐ 51 – 100 orang ☐ ≥ 100 orang
8	Wilayah Pemasaran	☐ Kecamatan ☐ Provinsi ☐ Kabupaten / Kota ☐ Nasional ☐ Internasional
9	Modal	Awal : Sekarang :
10	Daerah Penjualan Terjauh	
11	Produk yang dihasilkan	☐ Busana Muslim Khusus Pria ☐ Busana Muslim Khusus Wanita ☐ Busana Muslim Pria dan Wanita ☐ 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	☐ Kurang dari 10 ☐ Antara 10 s/d 30 ☐ Antara 30 s/d 50 ☐ Lebih dari 50

Petunjuk Mengisi

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

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

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

III. VARIABEL PENELITIAN

A. Marketing Innovativeness

N o.	Pernyataan	Jawaban
---------	------------	---------

1	Kami memeberikan kebebasan berkreasi kepada seluruh SDM perusahaan (seperti pengelola dan karyawan) untuk menemukan ide-ide pemasaran baru yang dapat memperbaiki efektivitas program-program pemasaran.												
		SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
Bentuk dukungan apa saja yang diberikan (boleh memilih lebih dari satu): ☐ Fasilitas teknologi (seperti alat komunikasi pemasaran , misal HP) ☐ Fasilitas pelatihan kewirausahaan ☐ Fasilitas transportasi (misalnya motor) ☐ lain-lain (sebutkan) :													
2	Kami sering mencoba (eksperimen) cara-cara baru (terobosan baru) dalam melaksanakan program-program pemasaran.												
		SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
Bentuk dukungan apa saja yang diberikan (boleh memilih lebih dari satu): ☐ Membuat atau menawarkan produk baru ☐ Merubah harga jual (misalnya melalui potongan harga atau penurunan harga secara langsung) ☐ Mencari daerah pemasaran baru ☐ Merubah cara-cara melakukan promosi ☐ Membuat kartu pelanggan, berinteraksi dengan pelanggan dalam sebuah komunitas ☐ lain-lain (sebutkan) :													
3	Kami terus menerus senantiasa memperbaiki penampilan produk busana muslim yang ditawarkan												
		SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
Penampilan produk busana muslim yang senantiasa diperbaiki (boleh lebih dari satu) : ☐ Desain ☐ Corak ☐ Bentuk ☐ Warna ☐ Ukuran ☐ Bahan ☐ lain-lain (sebutkan) :													

B. Market Sensing Capabilities

N o.	Pernyataan	Jawaban											
1	Kami memiliki kemampuan untuk belajar tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta cara memenuhinya												
		SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS

Kemampuan seperti apa (boleh memilih lebih dari satu) ☐ Mengamati perilaku pelanggan ☐ Berkomunikasi langsung dengan pelanggan ☐ Menganalisis informasi pelanggan dari media sosial (WA, Fb, Inatagram, dan lain-lain) ☐ Menganalisis informasi pelanggan dari media massa tulis seperti dari koran dan majalah ☐ Menganalisis informasi pelanggan dari internet ☐ Menganalisis informasi pelanggan dari media seperti radio dan televisi ☐ Lainnya (sebutkan) : ...																										
2	Kami memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi dan memahami tren (perkembangan) pasar.	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 5%;">SST</td> <td style="width: 5%;">1</td> <td style="width: 5%;">2</td> <td style="width: 5%;">3</td> <td style="width: 5%;">4</td> <td style="width: 5%;">5</td> <td style="width: 5%;">6</td> <td style="width: 5%;">7</td> <td style="width: 5%;">8</td> <td style="width: 5%;">9</td> <td style="width: 5%;">10</td> <td style="width: 5%;">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 (boleh memilih lebih dari satu) ☐ Mengamati perkembangan mode melalui media sosial (WA, Fb, Instagram, dan lain-lain) ☐ Mengamati perkembangan mode melalui media cetak (koran dan majalah) ☐ Mengamati perkembangan mode melalui media sosial (televisi dan radio) ☐ Mengamati perkembangan mode melalui perilaku pelanggan ☐ Mengamati perkembangan mode melalui melalui perilaku pesaing ☐ Lainnya (sebutkan) : ...																										
3	Kami memiliki kemampuan untuk belajar memahami lingkungan pasar yang terus menerus.	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 5%;">SST</td> <td style="width: 5%;">1</td> <td style="width: 5%;">2</td> <td style="width: 5%;">3</td> <td style="width: 5%;">4</td> <td style="width: 5%;">5</td> <td style="width: 5%;">6</td> <td style="width: 5%;">7</td> <td style="width: 5%;">8</td> <td style="width: 5%;">9</td> <td style="width: 5%;">10</td> <td style="width: 5%;">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 (boleh memilih lebih dari satu) ☐ Mengamati perkembangan perubahan budaya di masyarakat ☐ Mengamati perkembangan sosial ekonomi dimasyarakat ☐ Mengamati perkembangan perkembangan daya beli masyarakat ☐ Mengamati perkembangan demografi (penduduk) ☐ Mengamati perkembangan permintaan masyarakat ☐ Lainnya (sebutkan) : ...																										

C. Adaptive Selling Behavior

No.	Pernyataan	Jawaban
-----	------------	---------

1	Kami memiliki kemampuan komunikasi kepada setiap pelanggan.												
		SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
Komunikasi seperti apa :													
2	Kami memiliki perubahan pendekatan penjualan apabila pendekatan penjualan sebelumnya tidak sesuai.												
		SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
Caranya seperti apa :													
3	Kami memiliki strategy adaptasi penjualan menyesuaikan keadaan yang ada.												
		SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
Contoh bentuk adaptasi :													

D. Marketing Performance

N o.	Pernyataan	Jawaban											
1	Selama tiga tahun 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 tahun nya? ☐ Kurang dari 5% ☐ 5 – 10% ☐ 11 – 15% ☐ 16 – 20% ☐ 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? ☐ Kurang dari 5% ☐ 5 – 10% ☐ 11 – 15% ☐ 16 – 20% ☐ Lebih dari 20%													
3	Selama tiga tahun terakhir ini jumlah pelanggan kami terus bertambah.												
		SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
Berapa kira-kira persentase (%) penambahan jumlah pelanggan setiap tahunnya? ☐ Kurang dari 5% ☐ 5 – 10% ☐ 11 – 15% ☐ 16 – 20% ☐ Lebih dari 20%													

Lampiran 2: Tabulasi Data

No	Marketing Innovativeness				Market Sensing Capabilities			
	1	2	3	Total	1	2	3	Total
1	9	10	8	27	8	7	8	23
2	8	8	8	24	7	8	8	23
3	9	8	8	25	9	7	7	23
4	8	7	5	20	6	7	7	20
5	8	9	7	24	8	9	9	26
6	9	8	8	25	7	8	8	23
7	9	7	9	25	8	7	7	22
8	8	8	8	24	8	7	8	23
9	10	10	9	29	9	10	10	29
10	5	7	9	21	9	8	9	26
11	9	10	9	28	9	9	9	27

12	8	9	9	26	9	7	9	25
13	9	8	8	25	8	8	8	24
14	8	7	7	22	7	8	9	24
15	8	9	7	24	7	7	8	22
16	7	8	9	24	8	7	7	22
17	7	8	9	24	7	8	9	24
18	7	8	8	23	9	8	7	24
19	8	8	9	25	8	9	8	25
20	9	7	9	25	8	10	9	27
21	8	9	8	25	7	10	10	27
22	8	9	7	24	6	7	8	21
23	8	9	8	25	9	9	8	26
24	8	7	7	22	9	9	8	26
25	8	9	8	25	8	7	8	23
26	6	6	6	18	6	6	7	19
27	8	8	6	22	8	8	8	24
28	9	9	10	28	9	9	10	28
29	8	10	10	28	7	10	10	27
30	9	9	9	27	9	8	9	26
31	8	7	9	24	8	9	9	26
32	7	8	7	22	8	8	8	24
33	8	6	7	21	8	7	7	22
34	7	7	8	22	8	8	8	24
35	8	8	7	23	9	9	9	27
36	9	8	10	27	10	10	10	30
37	6	6	6	18	7	7	7	21
38	8	9	8	25	6	7	8	21
39	6	6	7	19	8	9	8	25
40	7	7	7	21	7	7	7	21
41	8	8	7	23	8	8	7	23
42	10	10	10	30	10	10	9	29
43	7	7	8	22	8	7	8	23
44	9	9	9	27	9	9	8	26
45	9	9	8	26	10	9	9	28
46	7	6	6	19	5	7	7	19
47	8	7	9	24	9	8	8	25
48	9	9	8	26	9	10	9	28
49	8	8	7	23	8	7	8	23
50	8	8	7	23	7	8	8	23
51	7	8	7	22	8	8	8	24
52	6	10	8	24	6	10	9	25

53	8	7	8	23	8	9	9	26
54	7	8	9	24	10	8	7	25
55	9	8	8	25	6	8	7	21
56	8	8	6	22	6	8	8	22
57	9	8	8	25	8	9	8	25
58	7	7	5	19	8	8	7	23
59	9	8	8	25	7	8	9	24
60	6	7	5	18	7	6	5	18
61	8	7	5	20	7	9	8	24
62	6	8	7	21	6	7	6	19
63	8	9	7	24	8	8	8	24
64	9	7	8	24	8	8	8	24
65	9	8	9	26	8	9	8	25
66	8	7	9	24	10	10	10	30
67	8	8	8	24	8	8	9	25
68	8	7	7	22	9	9	8	26
69	8	9	8	25	8	9	8	25
70	8	8	8	24	9	9	8	26
71	6	7	8	21	8	9	8	25
72	7	4	7	18	7	6	8	21
73	7	8	8	23	8	8	8	24
74	8	7	7	22	8	8	8	24
75	8	8	9	25	9	9	9	27
76	7	8	8	23	7	7	8	22
77	7	8	8	23	8	7	8	23
78	8	9	8	25	8	8	9	25
79	8	8	5	21	7	5	5	17
80	7	7	7	21	8	8	8	24
81	7	8	9	24	8	9	8	25
82	5	6	9	20	9	8	10	27
83	8	8	9	25	9	10	10	29
84	6	6	7	19	8	7	7	22
85	10	8	10	28	10	10	9	29
86	6	6	9	21	8	8	8	24
87	6	7	7	20	8	7	7	22
88	9	10	8	27	9	10	7	26
89	5	6	7	18	6	6	5	17
90	5	7	8	20	9	9	7	25
91	4	7	9	20	8	9	7	24
92	6	7	6	19	9	8	7	24
93	9	10	10	29	8	7	9	24

94	9	8	8	25	9	7	7	23
95	9	9	8	26	9	8	8	25
96	8	8	8	24	8	7	7	22
97	8	9	8	25	8	9	6	23
98	5	7	6	18	8	9	8	25
99	7	7	8	22	9	10	10	29
100	8	7	7	22	8	5	7	20

No	Adaptive Selling Behaviour				Marketing Performance			
	1	2	3	Total	1	2	3	Total
1	7	8	8	23	9	8	7	23
2	9	9	7	25	8	8	8	24
3	7	7	10	24	7	8	8	23
4	9	8	7	24	9	9	9	27
5	8	8	9	25	7	7	7	21
6	7	8	8	23	7	9	9	25
7	6	7	8	21	8	8	8	24
8	9	9	8	26	7	7	8	22
9	9	9	9	27	9	9	9	27
10	10	10	8	28	6	5	6	17
11	8	8	8	24	9	10	10	29
12	7	7	8	22	6	7	7	20
13	9	7	9	25	4	8	8	20
14	6	6	9	21	8	7	8	23
15	8	8	8	24	8	8	8	24
16	7	8	10	25	8	9	5	22
17	7	10	7	24	8	5	6	19
18	8	7	9	24	6	7	9	22
19	9	9	9	27	7	7	6	20
20	7	7	10	24	9	9	9	27
21	7	9	7	23	8	8	8	24
22	8	8	7	23	8	8	8	24
23	9	8	8	25	7	7	7	21
24	8	9	8	25	7	8	7	22

25	7	7	7	21	8	6	7	21
26	8	8	8	24	6	6	7	19
27	9	9	9	27	7	6	5	18
28	10	9	10	29	9	10	9	28
29	8	10	9	27	9	7	8	24
30	8	7	7	22	8	8	6	22
31	8	8	8	24	7	7	7	21
32	7	8	6	21	6	7	7	20
33	7	8	8	23	6	7	6	19
34	7	8	8	23	6	7	6	19
35	7	8	7	22	6	7	7	20
36	10	9	8	27	9	9	10	28
37	9	9	9	27	8	7	7	22
38	8	8	8	24	7	7	8	22
39	7	7	8	22	7	6	6	19
40	8	7	7	22	7	6	6	19
41	8	7	9	24	8	8	8	24
42	10	10	10	30	10	9	9	28
43	8	8	8	24	7	7	7	21
44	8	8	7	23	9	8	8	25
45	8	8	7	23	7	6	6	19
46	8	7	7	22	5	6	5	16
47	8	7	8	23	8	8	8	24
48	9	10	7	26	8	8	9	25
49	8	8	8	24	7	7	7	21
50	7	8	7	22	8	8	7	23
51	7	7	7	21	7	7	6	20
52	8	7	7	22	8	9	7	24
53	8	6	8	22	7	7	7	21
54	8	8	7	23	8	8	6	22
55	9	7	7	23	10	9	10	29
56	8	8	8	24	7	7	7	21
57	9	9	10	28	10	8	10	28
58	6	5	7	18	8	6	8	22
59	7	7	7	21	5	5	5	15
60	8	4	6	18	4	4	4	12
61	8	8	8	24	7	6	6	19
62	7	6	7	20	5	5	4	14
63	9	6	7	22	7	9	7	23
64	7	7	8	22	8	8	8	24
65	7	6	7	20	9	6	8	23

66	10	10	10	30	8	8	8	24
67	8	8	9	25	8	9	8	25
68	9	9	8	26	9	8	7	24
69	8	8	8	24	9	8	8	25
70	9	8	9	26	8	7	8	23
71	10	8	9	27	9	8	9	26
72	8	8	7	23	8	6	8	22
73	9	7	9	25	8	8	8	24
74	8	9	9	26	8	9	8	25
75	9	8	9	26	6	6	6	18
76	8	9	9	26	8	7	8	23
77	7	9	9	25	7	9	8	24
78	9	8	7	24	8	8	8	24
79	8	7	8	23	7	5	5	17
80	8	6	7	21	8	8	6	22
81	8	9	8	25	8	9	8	25
82	10	7	6	23	9	7	9	25
83	9	8	7	24	8	8	7	23
84	9	7	7	23	9	4	9	22
85	8	8	7	23	8	8	8	24
86	9	6	7	22	9	9	9	27
87	8	7	6	21	7	4	8	19
88	8	8	9	25	7	8	6	21
89	8	9	7	24	4	7	4	15
90	8	6	6	20	8	7	8	23
91	8	7	7	22	9	6	9	24
92	6	7	7	20	8	7	7	22
93	9	8	8	25	9	10	8	27
94	7	7	10	24	7	8	8	23
95	8	9	9	26	9	9	9	27
96	7	8	7	22	8	8	7	23
97	7	7	8	22	9	8	7	24
98	6	5	5	16	7	5	5	17
99	9	7	9	25	7	10	9	26
100	7	7	8	22	6	6	6	18

Lampiran 3: Uji Validitas

Correlations

		Item1	Item2	Item3	Total
Item1	Pearson Correlation	1	,548**	,315**	,801**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100
Item2	Pearson Correlation	,548**	1	,382**	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
Item3	Pearson Correlation	,315**	,382**	1	,725**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,801**	,816**	,725**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations

	Item1	Item2	Item3	Total
Item1 Pearson Correlation	1	,460**	,365**	,740**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
N	100	100	100	100
Item2 Pearson Correlation	,460**	1	,632**	,870**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
N	100	100	100	100
Item3 Pearson Correlation	,365**	,632**	1	,821**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
N	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	,740**	,870**	,821**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100

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

Correlations

	Item1	Item2	Item3	Total
Item1 Pearson Correlation	1	,415**	,221*	,703**
Sig. (2-tailed)		,000	,027	,000
N	100	100	100	100
Item2 Pearson Correlation	,415**	1	,396**	,821**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000

N		100	100	100	100
Item3	Pearson Correlation	,221 [*]	,396 ^{**}	1	,724 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,027	,000		,000
N		100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,703 ^{**}	,821 ^{**}	,724 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
N		100	100	100	100

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

^{*}. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

	Item1	Item2	Item3	Total
Item1	Pearson Correlation	1	,482 ^{**}	,670 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
N		100	100	100
Item2	Pearson Correlation	,482 ^{**}	1	,552 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
N		100	100	100
Item3	Pearson Correlation	,670 ^{**}	,552 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
N		100	100	100
Total	Pearson Correlation	,840 ^{**}	,808 ^{**}	,882 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
N		100	100	100

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

Lampiran 4: Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,679	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	15,65	3,725	,515	,553
Item2	15,50	3,808	,575	,479
Item3	15,53	4,292	,395	,706

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,741	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	16,15	4,109	,459	,773
Item2	16,03	3,100	,663	,534

Item3	16,12	3,602	,591	,628
-------	-------	-------	------	------

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,613	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	15,65	3,462	,384	,566
Item2	15,92	2,600	,518	,361
Item3	15,77	3,229	,374	,582

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,797	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	14,78	5,668	,654	,711
Item2	14,96	5,695	,567	,801
Item3	14,98	5,030	,708	,649

Lampiran 5: Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13,010	2,187		5,948	,000		
MI	,238	,095	,273	2,499	,014	,692	1,445
MSC	,211	,098	,234	2,142	,035	,692	1,445

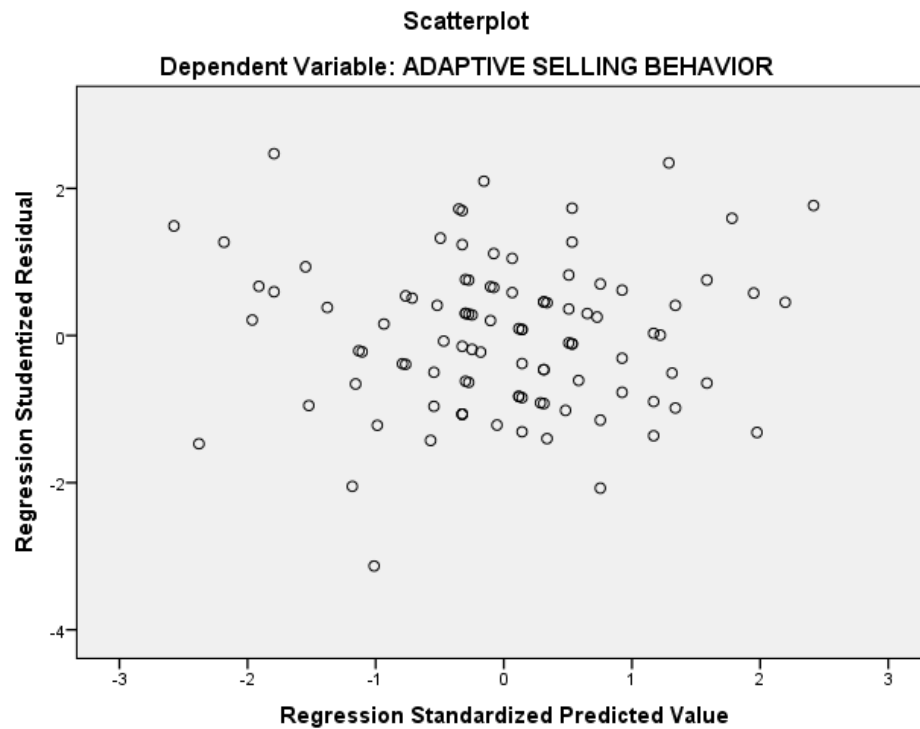
a. Dependent Variable: ASB

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,833	3,242		,257	,798		
ASB	,278	,129	,201	2,156	,034	,800	1,250
MI	,370	,125	,306	2,962	,004	,650	1,538
MSC	,261	,128	,210	2,043	,044	,661	1,513

a. Dependent Variable: MP

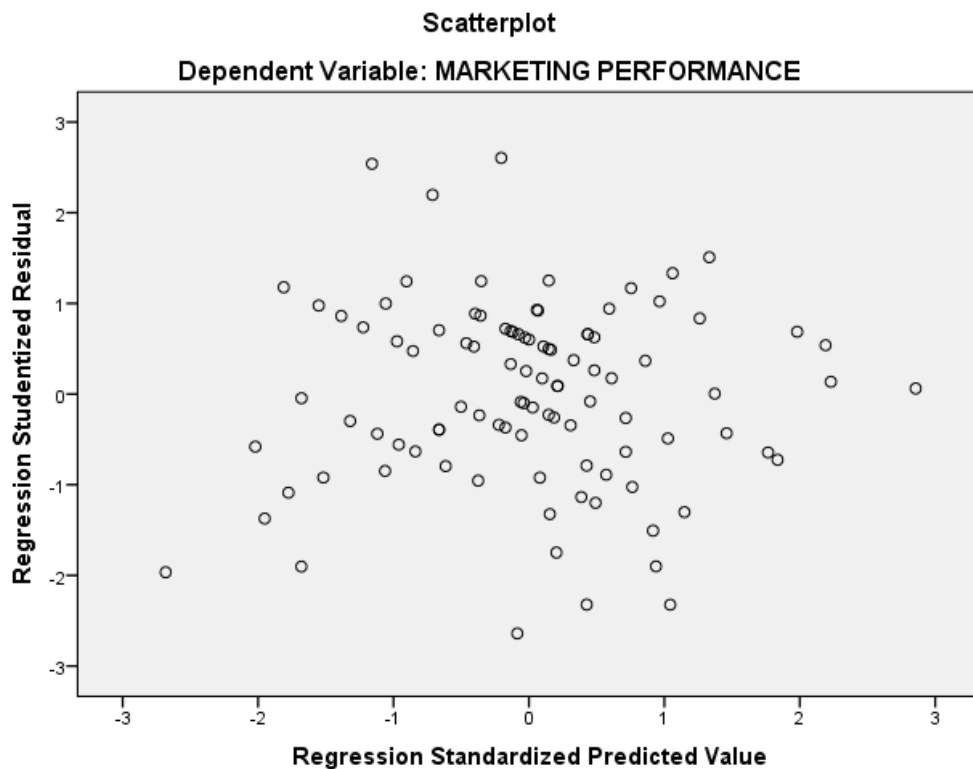
Lampiran 6: Uji Heterokedastisitas



Uji Hetetokedastisitas (Model 1)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Grafik Scatterplot, dapat diketahui bahwa data (titik-titik) menyebar secara merata diatas dan dibawah garis nol, dan tidak membentuksebuah pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa uji regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.2.

Uji Heteroskedastisitas (Model 2)

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Grafik Scatterplot, dapat diketahui bahwa data (titik-titik) menyebar secara merata di atas dan di bawah garis nol, dan tidak membentuk sebuah pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa uji regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Lampiran 7: Uji Normalitas

Uji Normalitas Model 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,16149670
Most Extreme Differences	Absolute	,052
	Positive	,052
	Negative	-,046
Test Statistic		,052
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Normalitas Model 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,72835243
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,057
	Negative	-,083
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,089 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 8 : uji hipotesis dan regresi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	115,575	2	57,788	12,119	,000 ^b
	Residual	462,535	97	4,768		
	Total	578,110	99			

a. Dependent Variable: ASB

b. Predictors: (Constant), MI, MSC

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,010	2,187		5,948	,000
	MSC	,211	,098	,234	2,142	,035
	MI	,238	,095	,273	2,499	,014

a. Dependent Variable: ASB

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,576 ^a	,332	,311	2,771

a. Predictors: (Constant), ASB, MSC, MI

b. Dependent Variable: MP

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	365,803	3	121,934	15,884	,000 ^b
	Residual	736,947	96	7,677		
	Total	1102,750	99			

a. Dependent Variable: MP

b. Predictors: (Constant), ASB, MSC, MI

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,833	3,242		,257	,798
	MSC	,261	,128	,210	2,043	,044
	MI	,370	,125	,306	2,962	,004
	ASB	,278	,129	,201	2,156	,034

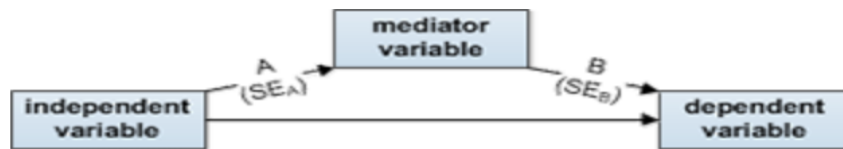
a. Dependent Variable: MP

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	17,19	27,84	22,35	1,922	100
Residual	-7,184	7,044	,000	2,728	100
Std. Predicted Value	-2,683	2,855	,000	1,000	100
Std. Residual	-2,593	2,542	,000	,985	100

a. Dependent Variable: MP

Lampiran 9: Uji Sobel



A: ?

B: ?

SE_A: ?

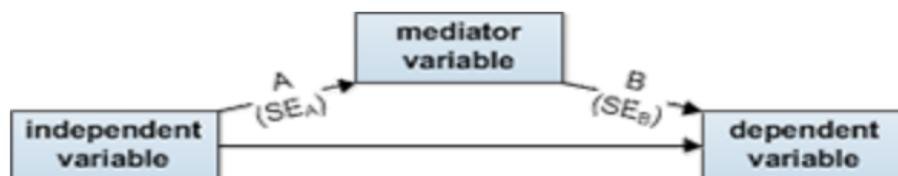
SE_B: ?

Calculate!

Sobel test statistic: 1.63375327

One-tailed probability: 0.05115533

Two-tailed probability: 0.10231067



A: ?

B: ?

SE_A: ?

SE_B: ?

Calculate!

Sobel test statistic: 1.52314288

One-tailed probability: 0.06386148

Two-tailed probability: 0.12772296