

LAMPIRAN

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

MEDIATING RELATIONAL MARKETING STRATEGY ON

RELATIONSHIP MARKETING INNOVATIVENESS AND BRAND

MANAGEMENT CAPABILITIES TO MARKETING PERFORMANCE

Petunjuk Umum

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

I. Identitas Responden

No	Identitas	Penjelasan
1	Nama Responden	(boleh tidak di isi)
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	tahun
8	Pendidikan Terakhir	☐ SD ☐ SMP ☐ SMU ☐ Diploma ☐ Sarjana S1 ☐ Pascasarjana ☐ Doktor S3
9	Status	☐ Belum Menikah ☐ Menikah ☐ Janda / Duda

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 ☐ 50 – 100 orang ☐ ≥ 100 orang
8	Wilayah pemasaran	☐ Kecamatan ☐ Provinsi ☐ Kabupaten/ kota ☐ Nasional ☐ Internasional
9	Modal	Awal : Sekarang :
10	Daerah Penjualan Terjauh	
11	Produk yang di hasilkan	☐ Busana Muslim khusus Pria ☐ Busana Muslim Khusus wanita ☐ Busana Muslim pria dan wanita ☐ Busana Muslim dan non busana muslim
12	Omset 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 – 50 ☐ Lebih dari 50

Petunjuk Mengisi

Beri tanda X sesuai dengan pendapat, penilaian, persepsi atas pengalaman yang pernah Bapak / Ibu lakukan. Pilih angka 1 sampai dengan 10 dari kolom yang telah di sediakan seperti berikut :

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

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

Contoh :

No.	Pertanyaan	Jawaban										
4.	Kami terus menerus memperbaiki penampilan produk busana muslim yang di tawarkan.	<table border="1"> <tr> <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></tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Penampilan produk busana muslim yang senantiasa di perbaiki (boleh memilih lebih dari satu) : ☒ Desain ☒ Corak ☐ Bentuk ☐ Warna ☐ Ukuran ☐ Bahan ☐ Lain – lain (Sebutkan) :												

III. VARIABEL PENELITIAN

A. Marketing Innovaiveness

No.	Pertanyaaan	Jawaban										
1	Kami memberi kekbebasan berkreasi kepada seluruh SDM perusahaan (seperti pengelola dan karyawan) untuk menemukan ide-ide pemasaran baru yang dapat memperbaiki efektivitas program-program pemasaran.	<table border="1"> <tr> <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></tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Bentuk dukungan apa saja yang di berikan (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) : ☐ Fasilitas teknologi (seperti alat komunikasi pemasaran, missal HP) ☐ Fasilitas pelatihan kewirausahaan ☐ Fasilitas transportasi (missal motor) ☐ Lain-lain (sebutkan).....												
2	Kami seriring mencoba (eksperimen) cara-cara baru (trobosan baru) dalam melaksanakan program-program pemasaran.	<table border="1"> <tr> <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></tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Bentuk uji coba yang pernah kami lakukan (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) : ☐ Membuat / menawarkan produk baru, ☐ Merubah harga jual (mkisal 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 senantiasa memanfaatkan teknolog baru yang memudahkan pemasaran produk yang dihasilkan.	<table border="1"> <tr> <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> </tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Contoh pemanfaatan teknologi (boleh memilih lebih dari satu) : ☐ Media Sosial ☐ Internet ☐ Manajemen hubungan pelanggan (missal kartu pelanggan), ☐ Surat massa tulis seperti surat kabar, majalah dan lain-lain ☐ Media elektronik seperti radio, TV dan lain-lain ☐ Lain-lain (sebutkan).....												
4	Kami terus menerus memperbaiki penampilan produk busana muslim yang ditawarkan.	<table border="1"> <tr> <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> </tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
☐ Desain ☐ Corak ☐ Bentuk ☐ Warna ☐ Ukuran ☐ Lain-lain (sebutkan).....												
5	Hampir setiap bulan kami memperkenalkan produk busana muslim dengan model baru kepasar.	<table border="1"> <tr> <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> </tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Berapa kali rata – rata perusahaan memperkenalkan produk busana muslimm baru ke pasar dalam satu bulan ? ☐ 1 - 2 kali ☐ 1- 4 kali ☐ 5 - 6 kali ☐ Lebih dari 6 kali Apa alas an utama memperkenalkan produk baru (boleh memilih lebih dari satu) : ☐ Produk lama sudah usang ☐ Mengikuti trend konsumen ☐ Pesaing memperkenalkan produk baru ☐ Lain-lain (sebutkan).....												

B. Brand Manageent Capabilities

No	Pertayaan	Jawaban										
1	Kami mempunyai kemampuan menggunakan wawasan pelanggan untuk mengidentifikasi posisi merek yang bernilai.	<table border="1"> <tr> <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></tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) : ☐ Mengenal apa yang di harapkan pelanggan ☐ Membuat merek (seperti nama toko) yang mudah di ingat banyak orang ☐ Melakukan promosi untuk memperkenalkan merek (missal nama toko) kepada pelanggan ☐ Membuat tagline (slogan) dimana konsumen mudah mengenal merek (toko) ☐ Lain-lain (sebutkan).....												
2	Kami memiliki kemampuan mengemmbangkan citra merek di antara target pelanggan.	<table border="1"> <tr> <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></tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) : ☐ Mengenal apa yang di harapkan pelanggan ☐ Membuat merek (seperti nama toko) yang mudah di ingat banyak orang ☐ Melakukan promosi untuk memperkenalkan merek (missal nama toko) kepada pelanggan ☐ Membuat tagline (slogan) dimana konsumen mudah mengenal merek (toko) ☐ Lain-lain (sebutkan).....												
4	Kami memiliki kemampuan dalam menetapkan asosiasi merek yang di inginkan di benak pelanggan.	<table border="1"> <tr> <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></tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) : ☐ Terus berkomunikasi dengan pelanggan ☐ Melayani dengan lebih baik dengan pelanggan (seperti menghantar atau menjemput pelanggan) ☐ Melakukan promosi terus menerus ☐ Membuat tagline (slogan) dimana konsumen mudah mengenal merek (toko) ☐ Lain-lain (sebutkan).....												

5	Kami memiliki kemampuan mencapai tingkat kesadaran merek merek yang tinggi di pasar.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Kemampuan seperti apa (<i>boleh memilih lebih dari satu</i>) :												
☐ Membina hubungan baik dengan pelanggan setia ☐ Meminta informasi kelebihan dan kekurangan produk dan layanan ☐ Meinta informasi keinginan pelanggan ☐ Memberi solusi atas masalah terkait kebutuhan pelanggan ☐ Lain-lain (sebutkan)												

C. Relational Marketing Strategy

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Kami merancang hubungan dengan pelanggan sebagai bagian dari silaturahmi dan mempererat hubungan berbasis kemaslahatan bersama.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Bagaimana hubungan pelanggan saat ini :		
2	Kami konsisten dalam membangun hubungan dan menyelaraskan sinergi dengan mitra usaha berbasis nilai – nilai agama.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Bentuknya seperti apa :		

3	Kami mengembangkan sumber daya jaringan yang berbasis pada nilai-nilai agama.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Misalnya : ☐ Dengan pesantren ☐ Dengan sekolah berbasis agama ☐ Dengan kelompok-kelompok pegajian ☐ Dengan organisasi- organisasi keagamaan ☐ Dengan pusat-pusat peribadatan ☐ Lainnya.....												

D. Marketing Performance

No	Pertanyaan	Jawaban										
1	Selama tiga tahun terakhir ini hasil penjualan (dalam rupiah) perusahaan kami terus meningkat.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Berapa kira –kira persentase (%) peningkatan hasil penjualan produk perusahaan setiap tahunnya ? ☐ 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.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Berapa kira –kira persentase (%) peningkatan volume l penjualan produk perusahaan setiap tahunnya ? ☐ Kurang dari 5 % ☐ 5 – 10 % ☐ 11 – 15 % ☐ 16 – 20 % ☐ lebih dari 20 %												
3	Selama tiga tahun terakhir ini keuntungan perusahaan kami terus meningkat.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Berapa kira –kira persentase (%) peningkatan keuntungan setiap tahunnya ? ☐ Kurang dari 5 % ☐ 5 – 10 % ☐ 11 – 15 % ☐ 16 – 20 % ☐ lebih dari 20 %												

4	Selama tiga tahun terakhir ini jumlah pelanggan kami terus bertambah.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Berapa kira –kira persentase (%) penambahan jumlah pelanggan setiap tahunnya ? ☐ Kurang dari 5 % ☐ 5 – 10 % ☐ 11 – 15 % ☐ 16 – 20 % ☐ lebih dari 20 %											
5	Selama tiga tahun terakhir ini wilayah penjualan perusahaan kami terus bertambah luas.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Lingkup wilayah penjualan sekarang : ☐ Kecamatan ☐ Kabupaten ☐ Provinsi ☐ Nasional ☐ Internasional											

Lampiran 2: Hasil Data Responden

MARKETING INNOVATIVENESS						BRAND MANAGEMENT CAPABILITIES					STRATEGY				MARKETING PERFORMANCE						
MI 1	MI 2	MI 3	MI 4	MI 5	TOTAL	BMC 1	BMC 2	BMC 3	BMC 4	TOTAL	RM 1	RM 2	RM 3	TOTAL	MP 1	MP 2	MP 3	MP 4	MP 5	TOTAL	
9	10	9	8	10	46	8	8	8	8	32	7	7	8	22	10	9	7	9	8	43	
8	8	8	8	9	41	8	6	7	7	28	8	8	8	24	8	7	8	8	8	39	
8	7	7	8	7	37	5	5	8	7	25	8	9	9	26	7	7	6	6	6	32	
7	8	9	7	7	38	7	8	9	9	33	9	8	7	24	8	7	7	7	6	35	
9	8	9	9	9	44	8	9	9	8	34	8	7	7	22	7	8	8	7	8	38	
9	8	7	5	8	37	7	6	7	8	28	9	7	8	24	9	9	8	10	8	44	
9	10	7	6	9	41	6	7	6	7	26	9	8	6	23	5	5	6	7	8	31	
7	7	8	9	9	40	7	5	8	8	28	9	7	8	24	8	8	8	8	8	40	
8	7	8	7	7	37	9	7	7	8	31	8	7	9	24	8	9	9	9	9	44	
8	9	9	9	8	43	8	6	7	7	28	8	6	8	22	6	6	7	7	7	33	
9	8	7	9	7	40	9	7	7	7	30	7	7	7	21	8	9	9	7	9	42	
9	7	8	8	8	40	9	7	7	7	30	7	8	7	22	9	7	8	8	8	40	
7	6	8	8	7	36	8	10	8	6	32	6	6	7	19	6	8	6	7	6	33	
6	6	8	8	6	34	5	7	8	7	27	6	8	7	21	8	7	7	7	5	34	
5	7	8	9	9	38	5	6	7	5	23	9	8	7	24	5	6	6	6	5	28	
9	8	8	7	9	41	8	8	8	8	32	7	8	8	23	7	8	8	9	8	40	
7	7	7	7	8	36	8	6	7	7	28	7	8	7	22	8	8	9	9	9	43	
8	9	9	9	8	43	6	5	7	7	25	7	8	8	23	7	7	7	7	7	35	
7	8	9	9	8	41	8	9	9	8	34	7	8	8	23	8	10	5	8	9	40	
7	8	8	7	8	38	9	8	7	7	31	9	7	8	24	9	9	6	8	5	37	
7	8	8	7	8	38	6	8	9	9	32	8	10	8	26	7	8	9	6	7	37	
8	8	7	8	8	39	7	6	6	6	25	7	9	8	24	9	8	6	7	7	37	

9	7	8	9	9
8	9	9	9	8
8	9	7	9	8
9	7	10	8	8
9	8	7	9	8
8	7	9	8	7
8	8	7	8	8
8	7	9	8	7
8	8	7	9	7
5	8	8	8	8
8	9	9	10	8
8	8	9	8	7
6	7	8	9	9
7	4	8	7	7
7	8	8	9	6
8	7	7	8	8
8	8	9	9	8
7	8	8	7	7
7	8	8	9	8
8	9	9	8	9
8	8	6	8	6
7	7	8	8	8
7	8	7	8	8
8	7	7	8	9
6	7	8	8	7

42	8	7	7	7
43	8	8	8	8
41	8	8	8	8
42	8	7	8	8
41	8	8	8	9
39	8	8	10	7
39	9	8	7	8
39	9	7	9	8
39	7	8	9	9
37	8	8	8	7
44	9	9	8	9
40	7	7	7	7
39	8	7	8	9
33	5	6	7	7
38	7	8	6	8
38	8	8	8	7
42	8	9	8	8
37	9	8	8	7
40	9	7	8	8
43	8	9	9	9
36	7	6	7	5
38	6	8	7	8
38	8	8	8	9
39	8	9	9	8
36	7	6	9	8

29	10	9	8
32	7	9	8
32	7	6	7
31	7	8	7
33	7	7	7
33	10	9	10
32	8	8	7
33	7	9	7
33	7	8	8
31	9	8	9
35	9	8	9
28	8	7	7
32	7	8	7
25	7	8	6
29	8	9	8
31	10	9	8
33	9	7	7
32	7	7	9
32	7	7	8
35	9	8	8
25	8	8	8
29	9	7	8
33	8	9	9
34	9	9	7
30	7	7	8

27	8	7	9	9	9
24	8	7	8	8	8
20	8	9	7	7	9
22	8	8	8	8	8
21	8	7	8	9	6
29	8	8	8	8	8
23	7	8	8	8	9
23	8	7	7	9	8
23	7	9	8	7	9
26	7	8	8	8	8
26	9	8	8	9	8
22	7	8	8	8	7
22	8	8	9	9	8
21	7	8	8	8	6
25	7	8	8	8	8
27	8	8	8	8	9
23	6	6	6	6	6
23	7	8	8	8	7
22	8	8	8	7	9
25	8	7	8	8	8
24	7	8	5	7	5
24	7	7	6	8	8
26	8	7	8	8	9
25	8	9	7	8	8
22	6	7	8	8	7

42
39
40
40
38
40
40
39
40
39
42
38
42
37
39
41
30
38
40
39
32
36
40
40
36

8	10	9	8	8
5	4	8	7	5
6	7	8	8	6
8	7	7	8	8
8	8	7	8	8
7	8	9	8	6
8	7	7	9	8
7	8	8	8	8
8	8	8	7	8
5	8	7	8	8
8	8	8	10	8
8	8	8	8	9
8	7	8	8	8
8	7	8	9	8
8	8	8	8	9
8	8	8	8	7
8	8	8	9	8
8	8	8	9	8
8	8	8	8	8
8	9	8	8	9
8	8	8	8	9
9	8	9	8	8
8	7	8	9	8
7	8	8	8	7
9	9	10	7	9

43	5	4	5	8
29	7	6	6	6
35	7	7	8	8
38	9	8	8	7
39	8	8	8	7
38	7	7	7	8
39	8	7	8	8
39	8	7	8	8
39	8	7	8	8
36	5	6	5	7
42	8	8	8	8
41	8	8	8	8
39	6	6	8	6
40	7	7	8	8
41	6	7	7	7
39	8	8	8	7
41	7	8	8	8
41	8	8	8	7
40	8	8	8	8
42	7	8	8	8
41	7	7	8	8
42	7	8	7	8
40	8	7	8	8
38	7	7	7	7
44	8	8	9	9

22	6	5	5
25	8	6	7
30	8	7	6
32	7	8	7
31	8	9	9
29	8	8	7
31	8	7	7
31	7	8	7
31	8	7	7
23	6	5	7
32	8	8	8
32	9	9	8
26	8	7	8
30	8	7	7
27	9	9	9
31	8	7	7
31	8	8	8
31	8	7	7
32	8	8	8
31	9	8	8
30	8	8	8
30	9	9	9
31	8	8	8
28	9	7	7
34	8	7	6

16	4	4	5	4	5
21	5	5	5	5	6
21	7	8	7	8	7
22	8	7	7	7	8
26	7	7	8	8	8
23	7	7	8	8	6
22	8	8	7	9	8
22	8	8	8	7	8
22	8	8	8	7	7
18	5	6	5	6	5
24	7	8	6	6	6
26	8	9	8	8	8
23	8	8	6	8	7
22	6	6	5	7	5
27	8	8	8	8	8
22	7	6	6	7	5
24	8	8	8	8	8
22	8	9	8	8	9
24	9	9	9	9	9
25	8	9	9	8	9
24	7	7	7	7	7
27	9	8	9	9	8
24	9	9	9	9	9
23	7	6	7	7	8
21	8	7	8	8	8

22
26
37
37
38
36
40
39
38
27
33
41
37
29
40
31
40
42
45
43
35
43
45
35
39

6	8	9	9	9
9	9	10	10	8
8	8	8	8	9
8	8	8	8	8
8	7	8	8	8
9	8	8	8	8
8	8	8	8	8
8	8	8	8	8
7	8	7	7	8
6	7	6	6	6
8	7	7	8	8
8	8	7	7	8
7	7	8	8	7
7	7	8	7	7
7	8	8	7	7
6	7	7	6	6
6	8	8	7	8
6	7	7	7	6
7	7	6	6	7
8	9	7	8	7
8	9	7	9	7
7	9	7	10	8
5	5	4	9	8
5	7	5	8	7
9	9	8	9	9

41	9	9	9	9
46	8	8	8	7
41	7	8	8	8
40	8	8	8	7
39	8	8	8	8
41	8	8	8	8
40	8	8	8	8
40	8	8	9	9
37	7	8	6	7
31	5	6	5	6
38	8	8	8	8
38	8	7	8	8
37	7	7	8	8
36	7	7	6	6
37	7	8	8	8
32	5	5	4	4
37	8	8	7	7
33	6	7	7	7
33	7	7	6	7
39	8	8	7	7
40	7	7	8	7
41	7	7	7	7
31	4	5	4	4
32	4	5	7	6
44	9	8	8	8

36	7	7	6
31	8	7	6
31	8	8	8
31	8	8	8
32	8	8	8
32	8	8	8
32	8	8	8
34	8	8	8
28	7	7	6
22	7	7	7
32	7	7	7
31	7	8	8
30	8	8	8
26	6	6	7
31	8	8	8
18	5	6	5
30	8	8	7
27	5	5	5
27	8	6	8
30	8	7	7
29	7	7	8
28	7	7	8
17	8	5	6
22	9	7	7
33	7	8	7

20	8	7	8	8	7
21	8	8	8	8	7
24	8	8	8	8	8
24	8	8	8	8	8
24	8	9	9	9	9
24	9	8	8	9	9
24	9	8	9	8	8
24	9	9	9	9	9
20	6	7	6	7	7
21	7	6	6	5	7
21	7	6	7	7	7
23	8	7	8	7	7
24	8	7	8	7	7
19	7	7	6	6	6
24	7	8	7	8	7
16	6	7	7	7	6
23	7	8	8	8	8
15	6	6	6	5	5
22	6	5	7	6	6
22	8	7	8	7	6
22	8	7	7	7	7
22	8	6	7	8	5
19	6	6	7	7	6
23	8	8	9	9	6
22	8	8	8	8	8

38

39

40

40

44

43

42

45

33

31

34

37

37

32

37

33

39

28

30

36

36

34

32

40

40

8	8	8	8	9
8	8	8	8	8
8	8	8	9	8
9	9	8	7	8
8	8	8	8	8
9	8	10	9	8
8	8	8	8	8
10	5	9	8	9
6	7	8	8	9
9	8	8	9	8
10	9	7	6	9
8	6	6	8	7
6	6	4	7	6
5	7	5	8	8
7	7	8	8	8
10	10	10	10	8
10	10	10	10	5
8	8	10	8	7
8	8	9	9	9
9	9	8	8	8
8	7	8	6	7
9	8	8	9	10
9	9	9	9	8
8	7	8	7	7
10	10	10	9	8

41	8	8	8	8
40	8	8	8	7
41	8	8	8	7
41	9	8	9	8
40	8	7	7	8
44	10	9	10	8
40	8	8	7	7
41	9	7	8	8
38	6	7	7	7
42	8	7	9	9
41	8	9	8	8
35	4	5	5	5
29	4	6	6	6
33	8	8	7	7
38	5	8	7	10
48	8	8	7	8
45	7	9	8	7
41	8	8	9	7
43	9	9	9	8
42	9	8	8	8
36	7	7	8	7
44	8	9	8	8
44	8	8	8	8
37	8	8	8	8
47	10	8	8	9

32	7	8	5
31	8	7	8
31	8	8	8
34	8	8	9
30	8	8	8
37	8	9	9
30	10	10	8
32	9	8	8
27	9	9	8
33	6	7	6
33	8	8	8
19	7	6	4
22	9	8	7
30	8	7	7
30	9	7	8
31	9	10	10
31	10	7	9
32	10	9	8
35	9	10	9
33	8	8	8
29	9	8	8
33	8	9	8
32	10	9	9
32	9	7	5
35	9	9	9

20	9	9	9	9	4
23	8	7	7	7	8
24	8	7	7	8	8
25	9	10	9	9	9
24	8	7	6	7	7
26	8	7	7	7	8
28	8	8	8	8	8
25	8	7	7	8	7
26	9	8	6	6	4
19	8	7	8	6	7
24	9	9	8	8	9
17	6	7	6	6	7
24	7	6	6	7	4
22	6	6	5	7	5
24	8	8	9	7	10
29	7	10	10	10	7
26	8	7	7	9	7
27	9	9	9	9	9
28	9	9	9	10	10
24	7	7	7	6	7
25	8	8	8	7	8
25	9	9	9	9	10
28	10	10	9	9	8
21	9	8	9	8	8
27	8	8	8	8	8

40
37
38
46
35
37
40
37
33
36
43
32
30
29
42
44
38
45
47
34
39
46
46
42
40

10	8	10	10	6
8	8	8	9	7
8	8	7	7	9
8	9	7	8	6
10	10	10	10	10
10	10	10	10	8
7	7	7	8	7
10	10	10	10	7
10	10	10	10	10
8	9	8	8	9
10	9	9	9	9
9	9	9	9	9
7	6	6	6	6
7	9	8	5	9
4	4	4	6	4
7	7	6	6	5
5	7	8	8	7
7	6	7	6	6
6	6	6	7	5
6	5	5	6	5
7	5	5	5	4
8	9	8	9	8
8	8	7	9	9
10	10	10	10	9
9	8	7	9	8

44	8	7	7	7
40	10	8	7	8
39	9	8	9	8
38	5	7	6	5
50	10	8	7	8
48	8	10	8	8
36	8	9	7	10
47	10	10	9	10
50	9	10	9	8
42	8	10	9	10
46	9	9	7	10
45	8	10	10	8
31	7	6	7	6
38	5	6	7	6
22	8	6	8	8
31	6	6	6	6
35	7	6	6	8
32	5	6	6	5
30	6	6	6	6
27	6	6	6	6
26	5	4	5	4
42	7	9	7	7
41	7	7	7	8
49	9	9	9	8
41	9	8	9	8

29	10	8	7
33	10	9	9
34	7	9	8
23	8	8	8
33	8	10	10
34	10	9	8
34	10	8	7
39	10	10	10
36	10	10	9
37	9	8	8
35	10	9	10
36	8	8	7
26	5	6	6
24	7	7	7
30	6	8	7
24	6	7	7
27	8	8	7
22	7	6	6
24	6	6	6
24	7	7	7
18	5	5	4
30	8	7	8
29	10	10	9
35	7	9	7
34	8	9	8

25	8	10	9	10	8
28	8	7	7	8	8
24	7	7	7	8	9
24	5	5	5	5	5
28	7	8	9	7	8
27	10	9	8	8	8
25	8	8	8	8	8
30	9	9	10	9	10
29	9	9	10	9	10
25	8	8	8	8	8
29	7	7	8	8	8
23	8	8	7	7	8
17	7	7	7	8	8
21	7	8	7	8	6
21	6	7	7	8	6
20	8	7	6	7	7
23	7	6	7	6	7
19	7	7	7	7	7
18	6	6	6	6	6
21	7	6	7	7	6
14	5	4	5	5	4
23	7	7	8	8	8
29	7	7	7	8	7
23	9	8	8	7	9
25	9	8	9	8	8

45
38
38
25
39
43
40
47
47
40
38
38
37
36
34
35
33
35
30
33
23
38
36
41
42

10	10	9	10	10
9	10	10	10	7
9	9	8	9	4
9	10	9	9	6
9	9	8	9	9
8	9	7	9	8
9	9	10	10	8
9	9	10	9	9
9	9	9	10	9
10	10	9	9	7
8	9	8	10	8
9	8	8	8	8
8	8	7	9	7
8	8	8	7	8
6	7	7	7	7
9	9	10	10	9
8	8	8	9	9
6	7	6	6	8
8	7	8	9	8
8	8	6	7	8
8	9	8	9	8
8	7	7	7	6
9	8	7	8	9
7	7	6	6	7
8	6	6	7	6

49	6	6	8	7
46	9	10	8	9
39	10	8	9	7
43	9	10	10	9
44	10	9	9	10
41	9	8	8	10
46	9	8	10	9
46	8	9	9	9
46	9	10	10	10
45	10	10	10	9
43	8	7	8	9
41	9	7	8	9
39	7	7	8	9
39	8	6	8	7
34	7	7	7	7
47	9	8	9	9
42	6	6	4	6
33	7	7	7	6
40	6	7	8	7
37	8	8	7	7
42	8	9	8	9
35	5	5	8	8
41	6	8	8	6
33	7	8	9	7
33	8	6	6	7

27	8	7	8
36	9	9	9
34	7	8	8
38	10	9	10
38	8	9	8
35	8	8	8
36	8	10	9
35	10	9	9
39	10	10	9
39	8	8	10
32	8	7	8
33	8	7	8
31	9	8	7
29	9	8	8
28	8	8	6
35	8	8	6
22	7	6	4
27	8	7	7
28	6	8	8
30	8	7	9
34	8	8	8
26	8	8	8
28	8	9	7
31	6	8	6
27	8	7	9

23	8	9	10	10	10
27	9	10	8	9	9
23	8	9	8	8	8
29	9	10	10	9	10
25	9	9	9	8	8
24	10	9	9	8	7
27	10	8	8	7	9
28	10	10	9	8	9
29	9	10	10	9	10
26	10	10	10	9	10
23	7	7	8	8	7
23	8	9	8	8	10
24	7	7	7	8	7
25	7	8	8	6	8
22	8	7	8	7	6
22	8	9	9	8	9
17	7	7	7	8	9
22	6	7	8	7	8
22	8	7	8	9	8
24	8	7	6	8	9
24	5	4	7	6	5
24	7	7	6	7	7
24	7	7	7	8	7
20	7	5	6	5	6
24	6	7	7	6	7

47
45
41
48
43
43
42
46
48
49
37
43
36
37
36
43
38
36
40
38
27
34
36
29
33

8	4	4	7	9
7	6	7	6	7
7	6	7	7	6
7	8	6	8	6
6	6	6	7	6
8	8	8	7	8
8	8	8	8	8
7	7	7	7	8
8	8	7	8	8
8	7	6	7	8
9	10	8	10	8
8	8	8	9	9
8	8	8	8	8
9	8	8	8	8
9	9	9	9	9
9	9	9	9	9
10	8	9	9	6
7	8	6	5	5
6	7	9	6	5
9	8	9	9	9

32	6	7	8	8
33	6	8	6	7
33	7	9	8	6
35	6	6	7	8
31	6	6	6	7
39	8	8	8	9
40	7	8	8	8
36	7	8	8	6
39	7	8	7	7
36	8	7	7	8
45	9	7	9	8
42	9	9	9	9
40	8	9	8	9
41	9	9	8	8
45	8	8	9	9
45	8	8	8	8
42	7	8	9	9
31	8	9	10	9
33	7	8	10	9
44	9	8	9	9

29	9	9	8
27	8	8	8
30	8	7	9
27	7	8	8
25	8	7	8
33	8	9	9
31	7	8	7
29	8	7	9
29	7	8	7
30	6	7	7
33	10	9	9
36	8	9	8
34	9	9	9
34	9	9	9
34	9	8	8
32	9	9	8
33	9	6	8
36	9	7	8
34	9	7	7
35	8	8	9

26	9	9	9	9	4
24	7	7	7	7	8
24	8	6	6	7	7
23	6	7	7	6	7
23	7	8	7	7	6
26	8	9	9	8	8
22	8	7	8	8	8
24	8	7	7	7	8
22	8	7	8	7	7
20	7	6	7	6	5
28	6	8	8	9	8
25	9	9	9	9	9
27	8	8	8	8	8
27	9	9	9	9	8
25	9	9	9	9	9
26	9	9	9	9	9
23	10	10	10	10	10
24	9	8	9	9	8
23	10	10	10	10	10
25	8	8	9	8	8

40

36

34

33

35

42

39

37

37

31

39

45

40

44

45

45

50

43

50

41

Lampiran 3 : Hasil Olah Data SPSS

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Penelitian

Uji Validitas

a. Marketig Innovativeness

		Correlations					
		MI 1	MI 2	MI 3	MI 4	MI 5	total
MI 1	Pearson Correlation	1	.607**	.553**	.457**	.391**	.790**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
MI 2	Pearson Correlation	.607**	1	.591**	.517**	.409**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
MI 3	Pearson Correlation	.553**	.591**	1	.548**	.347**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
MI 4	Pearson Correlation	.457**	.517**	.548**	1	.375**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
MI 5	Pearson Correlation	.391**	.409**	.347**	.375**	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	192	192	192	192	192	192
total	Pearson Correlation	.790**	.820**	.800**	.753**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	192	192	192	192	192	192

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

b. Brand Management capabilities

		Correlations				
		BMC 1	BMC 2	BMC 3	BMC 4	total
BMC 1	Pearson Correlation	1	.635**	.580**	.565**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192
BMC 2	Pearson Correlation	.635**	1	.627**	.562**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192
BMC 3	Pearson Correlation	.580**	.627**	1	.631**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	192	192	192	192	192
BMC 4	Pearson Correlation	.565**	.562**	.631**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	192	192	192	192	192
Total	Pearson Correlation	.841**	.845**	.842**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	192	192	192	192	192

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

c. Relational marketing strategy

		Correlations			
		RMS 1	RMS 2	RMS 3	total
RMS 1	Pearson Correlation	1	.516**	.534**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	192	192	192	192
RMS 2	Pearson Correlation	.516**	1	.592**	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	192	192	192	192
RMS 3	Pearson Correlation	.534**	.592**	1	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	192	192	192	192
Total	Pearson Correlation	.820**	.836**	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	192	192	192	192

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

d. Marketing Performance

		Correlations					
		MP1	MP 2	MP 3	MP 4	MP 5	TOTAL
MP1	Pearson Correlation	1	.726**	.631**	.636**	.535**	.808**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
MP 2	Pearson Correlation	.726**	1	.689**	.701**	.610**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
MP 3	Pearson Correlation	.631**	.689**	1	.692**	.634**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
MP 4	Pearson Correlation	.636**	.701**	.692**	1	.564**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
MP 5	Pearson Correlation	.535**	.610**	.634**	.564**	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	192	192	192	192	192	192
TOTAL	Pearson Correlation	.808**	.863**	.908**	.832**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	192	192	192	192	192	192

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

Uji Reliabilitas

a. Marketing Innovativeness

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MI 1	31.46	13.904	.650	.777
MI 2	31.47	13.580	.696	.763
MI 3	31.48	13.644	.661	.773
MI 4	31.23	14.596	.607	.790
MI 5	31.61	15.517	.468	.828

b. Brand Management capabilities

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BMC 1	22.88	9.241	.692	.822
BMC 2	22.87	9.611	.714	.810
BMC 3	22.70	9.896	.717	.810
BMC 4	22.77	10.146	.678	.825

c. Relational Marketing Strategy

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RMS 1	15.47	3.873	.589	.743
RMS 2	15.66	3.880	.633	.696
RMS 3	15.81	3.664	.646	.680

d. Marketing Performance

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MP1	30.53	18.031	.734	.877
MP 2	30.56	16.844	.804	.860
MP 3	30.57	17.262	.779	.866
MP 4	30.53	17.978	.757	.872
MP 5	30.69	16.834	.673	.894

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Model 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.170	1.477		6.208	.000		
	MARKETING INNOVATIVENESS	.150	.045	.249	3.359	.001	.627	1.594
	BRAND MANAGEMENT CAPABILITIES	.276	.051	.404	5.443	.000	.627	1.594

a. Dependent Variable: RELATIONAL MARKETING STRATEGY

Model 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.495	3.303		1.966	.051		
	MARKETING INNOVATIVENESS	.206	.094	.153	2.200	.029	.592	1.690
	BRAND MANAGEMENT CAPABILITIES	.613	.111	.401	5.509	.000	.542	1.844
	RELATIONAL MARKETING STRATEGY	.538	.148	.241	3.631	.000	.652	1.533

a. Dependent Variable: MARKETING PERFORMANCE

b. Uji Normalitas

Model 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		192
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.24476831
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.041
	Negative	-.043
Test Statistic		.043
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.

Model 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		192
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.56253077
Most Extreme Differences	Absolute	.038
	Positive	.028
	Negative	-.038
Test Statistic		.038
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 Goodness Of Fit (F) dan Uji determinasi (R²)

Uji Goodness Of Fit (F)

Model 1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	513.366	2	256.683	50.406	.000 ^b
	Residual	962.446	189	5.092		
	Total	1475.813	191			

a. Dependent Variable: RELATIONAL MARKETING STRATEGY

c. Predictors: (Constant), BRAND MANAGEMENT CAPABILITIES, MARKETING INNOVATIVENESS

Model 2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3396.492	3	1132.164	53.533	.000 ^b
	Residual	3975.987	188	21.149		
	Total	7372.479	191			

a. Dependent Variable: MARKETING PERFORMANCE

b. Predictors: (Constant), RELATIONAL MARKETING STRATEGY, MARKETING INNOVATIVENESS, BRAND MANAGEMENT CAPABILITIES

Uji Determinasi

Model 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.590 ^a	.348	.341	2.257	1.855

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

b. Dependent Variable: RELATIONAL MARKETING STRATEGY

Model 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.679 ^a	.461	.452	4.599	1.686

a. Predictors: (Constant), RELATIONAL MARKETING STRATEGY, MARKETING INNOVATIVENESS, BRAND MANAGEMENT CAPABILITIES

b. Dependent Variable: MARKETING PERFORMANCE

Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji t

Model 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.170	1.477		6.208	.000		
	MARKETING INNOVATIVENESS	.150	.045	.249	3.359	.001	.627	1.594
	BRAND MANAGEMENT CAPABILITIES	.276	.051	.404	5.443	.000	.627	1.594

a. Dependent Variable: RELATIONAL MARKETING STRATEGY

Model 2**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.495	3.303		1.966	.051		
MARKETING INNOVATIVENESS	.206	.094	.153	2.200	.029	.592	1.690
BRAND MANAGEMENT CAPABILITIES	.613	.111	.401	5.509	.000	.542	1.844
RELATIONAL MARKETING STRATEGY	.538	.148	.241	3.631	.000	.652	1.533

a. Dependent Variable: MARKETING PERFORMANCE

Sobel Test

Mediasi Relational Marketing Strategy dalam hubungan marketing Innovativeness dan Marketing Performance

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
<i>a</i>	0.150	Sobel test:	2.45680132	0.03284759
<i>b</i>	0.538	Aroian test:	2.40780797	0.03351596
<i>s_a</i>	0.045	Goodman test:	2.50891249	0.03216533
<i>s_b</i>	0.148	Reset all	Calculate	

Mediasi Relational Marketing Strategy dalam hubungan Brand Management Capabilities dan Marketing Performance

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
<i>a</i>	0.276	Sobel test:	3.01757327	0.04920775
<i>b</i>	0.538	Aroian test:	2.98268799	0.04978328
<i>s_a</i>	0.051	Goodman test:	3.05371195	0.04862541
<i>s_b</i>	0.148	Reset all	Calculate	