

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
THE ROLE OF FAST FASHION STRATEGY TO INCREASE MARKETING PERFORMANCE

PETUNJUK UMUM

Gunakan pensil atau pulpen untuk mengisi kuesioner

Gunakan huruf dan kalimat yang jelas agar mudah dibaca

Isi pernyataan dengan jawaban yang jelas dan lengkap

Identitas Responden

no	Identitas	Penjelasan
1	Nama Responden	
2	Jenis kelamin	Laki- Laki / Perempuan
3	Agama	
4	Jabatan dalam perusahaan	Pemilik / pengelola/ pemilik dan pengelola
5	Latar belakang keluarga	Pengusaha / Bukan pengusaha
6	Pendidikan terakhir	SD / SMP/ SMA/ Diploma / pascasarjana / doktor (s3)
7	Status	Belum menikah / menikah / janda atau duda

Identitas Perusahaan

No	Identitas	Penjelasan
1	Nama perusahaan	
2	Alamat perusahaan	
3	No telp / HP	
4	Wilayah pemasaran	Kecamatan/ kabupaten / provinsi / internasional

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 disediakan sebagai berikut :

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

Keterangan : SST = Sangat tidak setuju, SS = sangat setuju

VARIABEL PENELITIAN

A. Marketing Innovativeness (keinovasian pemasaran)

No	Pernyataan	Jawaban																				
1	Kami memberi kebebasan berkreasi kepada seluruh SDM perusahaan untuk menemukan ide-ide pemasaran baru yang dapat memperbaiki efektifitas program pemasaran	<table border="1"> <thead> <tr> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> <th>6</th> <th>7</th> <th>8</th> <th>9</th> <th>10</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </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 diberikan (boleh memilih dari salah satu)

- Fasilitasi Teknologi (seperti alat komunikasi pemasaran/HP)
- Fasilitasi pelatihan kewirausahaan
- Fasilitasi transportasi (missal motor)
- lainnya (sebutkan).....

No	Pernyataan	Jawaban										
2	Kami sering mencoba cara baru dalam melaksanakan 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			

Uji coba seperti apa (boleh memilh dari salah satu)

- Menawarkan produk baru
- Merubah harga jual (diskon)
- Mencari daerah pemasaran baru
- lainnya (sebutkan).....

No	Pernyataan	Jawaban										
3	Kami senantiasa memanfaatkan teknologi baru yang memudahkan pemasaran produk	<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			

Pemanfaatan teknologi seperti apa (boleh memilh lebih dari salah satu)

- Media social
- Internet
- Surat kabar, radio dan TV
- lainnya (sebutkan).....

No	Pernyataan	Jawaban										
4	Kami senantiasa 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			

Penampilan produk seperti apa (boleh memilih lebih dari salah satu)

- Desain
- Corak
- Bentuk
- Warna
- Ukuran
- lainnya (sebutkan).....

No	Pernyataan	Jawaban										
5	Kami telah mengembangkan berbagai pendekatan manajemen penjualan yang baru	<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			

Pendekatan manajemen penjualan yang pernah dikembangkan (boleh memilih lebih dari salah satu)

- Memilih pasar sasaran baru
- Memberikan diskon khusus
- Perubahan dalam pelayanan pelanggan
- Pelayanan sesudah penjualan
- lainnya (sebutkan).....

No	Pernyataan	Jawaban										
6	Kami senantiasa mengembangkan berbagai pendekatan hubungan pemasaran dengan 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			

Pengembangan hubungan dengan pelanggan yang seperti apa (boleh memilih lebih dari salah satu)

- Kartu pelanggan
- Diskon khusus pada pelanggan loyal

- Hadiah khusus pada pelanggan
- Interaksi terus dengan pelanggan
- 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" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <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 (boleh memilih lebih dari salah satu)

- Mengamati perilaku pelanggan
- Berkomunikasi langsung dengan pelanggan
- Menganalisis informasi pelanggan dari media social (WA,FB,IG)
- Menganalisis informasi pelanggan dari media internet
- lainnya sebutkan.....

No	Pernyataan	Jawaban										
2	Kami memiliki kemampuan untuk belajar dan memahami strategi pesaing	<table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <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 (boleh memilih lebih dari salah satu)

- Mengamati perilaku pesaing
- Berkomunikasi langsung dengan pesaing terdekat
- Menganalisis informasi pelanggan dari media social (WA,FB,IG)
- Menganalisis informasi pelanggan dari media internet
- lainnya sebutkan.....

No	Pernyataan	Jawaban										
3	Kami memiliki kemampuan untuk mendapatkan informasi dalam distribusi	<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 (boleh memilih lebih dari salah satu)

- Mengamati perilaku supplier
- Berkomunikasi langsung dengan supplier
- Menganalisis informasi supplier dari media social (WA,FB,IG)
- Menganalisis informasi pelanggan dari media internet
- lainnya sebutkan.....

No	Pernyataan	Jawaban										
4	Kami memiliki kemampuan untuk belajar dan memahami tren pasar	<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 (boleh memilih lebih dari salah satu)

- Mengamati perkembangan mode melalui media social (WA,FB,IG)
- Mengamati perkembangan mode melalui media cetak
- Mengamati perkembangan mode melalui media tv dan radio
- Mengamati perkembangan mode melalui perilaku pelanggan
- Mengamati perkembangan mode melalui perilaku pesaing
- lainnya sebutkan.....

No	Pernyataan	Jawaban										
5	Kami memiliki kemampuan untuk belajar dan memahami perubahan pasar yang terus berubah	<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 (boleh memilih lebih dari salah satu)

- Mengamati perkembangan perubahan budaya di masyarakat
- Mengamati perkembangan daya beli masyarakat
- Mengamati perkembangan demografi
- Mengamati perkembangan peminatan masyarakat
- lainnya sebutkan.....

C. Fast Fashion Strategy

No	Pernyataan	Jawaban										
1	Kami responsive terhadap perubahan tren dipasar untuk mengembangkan berbagai model	<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			
2	Kami memiliki kemampuan koordinasi untuk efektifitas 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			
3	Kami memiliki kemampuan memberikan produk yang trendi pada waktu yang tepat dengan berbagi informasi sesama mitra bisnis	<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			
4	Kami senantiasa berusaha fashionable dalam mengikuti tren produk	<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			
5	Kami memiliki kemampuan mengembangkan layanan pelanggan untuk dapat memenuhi permintaan 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			
6	Kami memiliki kemampuan memahami keinginan pelanggan dengan menawarkan koleksi, baik ukuran, warna dan desain.	<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			

1. Marketing performance

No	Pernyataan	Jawaban										
1.	Selama tiga tahun terakhir ini penjualan di perusahaan kami terus meningkat	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <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			
2	Selama tiga tahun terakhir ini jumlah produk yang kami jual penjualan terus meningkat	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <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			
3	Selama tiga tahun terakhir ini kami telah mencapai target penjualan	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <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			
4.	Selama tiga tahun terakhir ini jumlah pelanggan kami terus meningkat	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <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			
5	Selama tiga tahun terakhir ini kami telah mengembangkan wilayah penjualan	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <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			

MI	Pearson Correlation	.756**	.622**	.682**	.734**	.559**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	192	192	192	192	192	192	192

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

- **UJI RELIABILITAS *MARKETING INNOVETIVENESS***

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	39.61	19.683	.599	.689
VAR00002	39.68	22.094	.428	.737
VAR00003	39.67	21.501	.517	.713
VAR00004	39.68	20.333	.576	.696
VAR00005	39.45	23.422	.369	.750
VAR00006	39.56	21.671	.478	.723

- **UJI VALIDITAS *MARKET SENSING CAPABILITY***

Correlations

		VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	MS
		8	9	0	1	2	
VAR00008	Pearson Correlation	1	.398**	.393**	.332**	.417**	.711**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
VAR00009	Pearson Correlation	.398**	1	.402**	.356**	.405**	.726**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
VAR00010	Pearson Correlation	.393**	.402**	1	.358**	.426**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
VAR00011	Pearson Correlation	.332**	.356**	.358**	1	.441**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
VAR00012	Pearson Correlation	.417**	.405**	.426**	.441**	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	192	192	192	192	192	192
MS	Pearson Correlation	.711**	.726**	.721**	.687**	.740**	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 MARKET SENSING CAPABILITY**

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00008	32.11	15.086	.520	.724
VAR00009	32.09	14.619	.529	.722
VAR00010	32.14	14.970	.535	.719
VAR00011	32.05	15.589	.497	.732
VAR00012	31.99	15.147	.579	.705

FF	Pearson Correlation	.590**	.684**	.770**	.789**	.668**	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	192	192	192	192	192	192	192

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

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00014	39.43	22.184	.387	.764
VAR00015	39.49	20.890	.512	.732
VAR00016	39.58	19.575	.632	.699
VAR00017	39.65	19.078	.653	.692
VAR00018	39.56	21.169	.493	.737
VAR00019	39.22	23.313	.387	.761

Correlations

		VAR0002 1	VAR0002 2	VAR0002 3	VAR0002 4	VAR0002 5	MP
VAR00021	Pearson Correlation	1	.700**	.570**	.519**	.572**	.821**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
VAR00022	Pearson Correlation	.700**	1	.667**	.469**	.659**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
VAR00023	Pearson Correlation	.570**	.667**	1	.460**	.680**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192

VAR000 24	Pearson						
	Correlation	.519**	.469**	.460**	1	.522**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	192	192	192	192	192	192
VAR000 25	Pearson						
	Correlation	.572**	.659**	.680**	.522**	1	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	192	192	192	192	192	192
MP	Pearson						
	Correlation	.821**	.852**	.827**	.737**	.842**	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).

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00021	31.28	20.379	.714	.843
VAR00022	31.32	20.042	.762	.831
VAR00023	31.28	20.140	.719	.841
VAR00024	31.61	21.046	.576	.877
VAR00025	31.32	19.885	.741	.836

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.437 ^a	.191	.183	4.863	1.112

a. Predictors: (Constant), MS, MI

b. Dependent Variable: FF

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1057.525	2	528.762	22.357	.000 ^a
	Residual	4469.954	189	23.651		
	Total	5527.479	191			

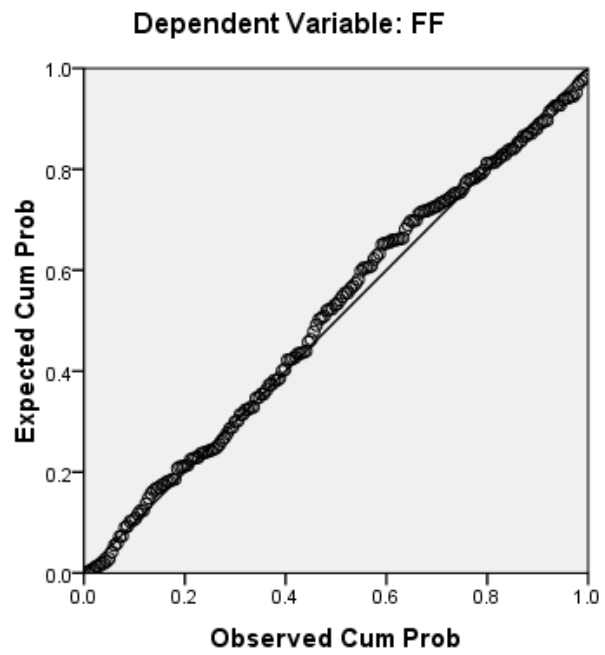
a. Predictors: (Constant), MS, MI

b. Dependent Variable: FF

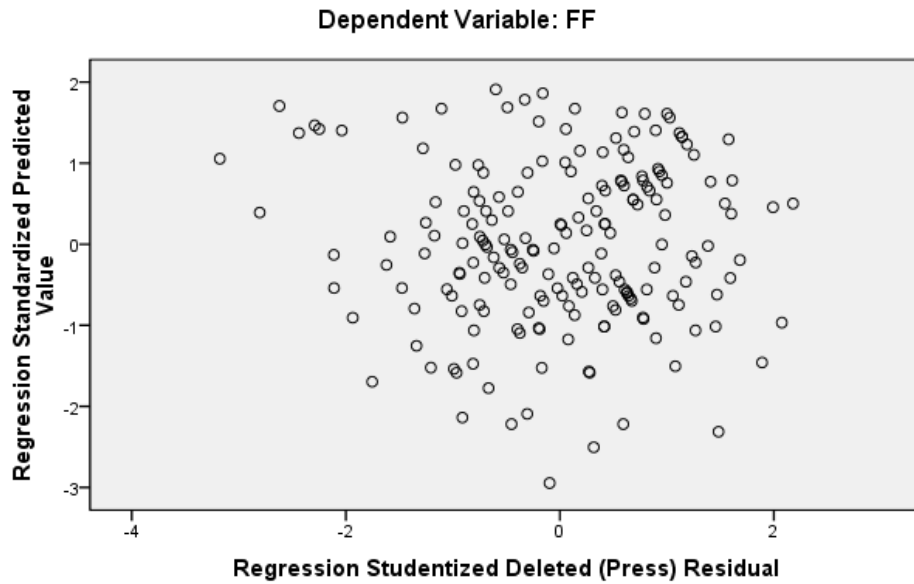
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	23.898	3.687		6.482	.000		
	MI	.149	.070	.150	2.127	.035	.863	1.159
	MS	.410	.080	.359	5.101	.000	.863	1.159

a. Dependent Variable: FF

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Scatterplot



Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.627 ^a	.393	.384	4.353	1.817

a. Predictors: (Constant), FF, MI, MS

b. Dependent Variable: MP

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2308.870	3	769.623	40.618	.000 ^a
	Residual	3562.208	188	18.948		
	Total	5871.078	191			

a. Predictors: (Constant), FF, MI, MS

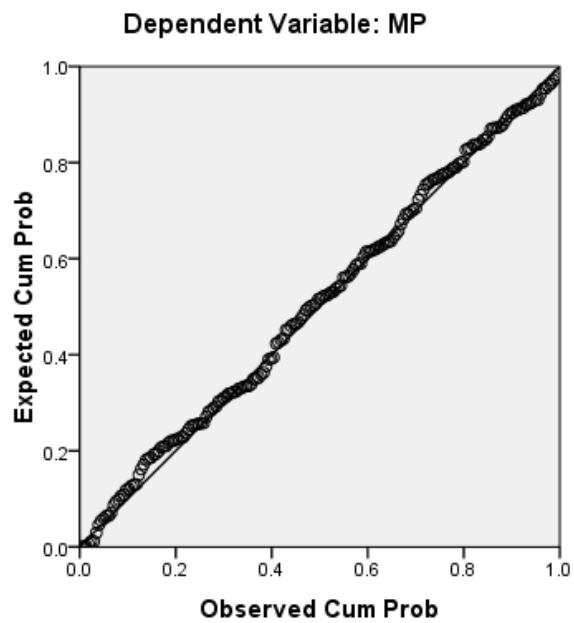
b. Dependent Variable: MP

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.223	3.648		.335	.738		
	MI	.496	.063	.486	7.852	.000	.843	1.187
	MS	.157	.077	.133	2.045	.042	.758	1.318
	FF	.171	.065	.166	2.623	.009	.809	1.237

a. Dependent Variable: MP

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: MP

