



KUESIONER PENELITIAN

STUDI KETERKAITAN RELATIONAL DAN INDIVIDUAL INTERACTION CAPABILITY DENGAN
ECONOMIC VALUE CO-CREATION DAN MARKET PERFORMANCE

Diserahkan pada Responden
Tanggal :

2018

KUESIONER PENELITIAN

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	Merk Mobil terbaru yang dimiliki Tahun :
3	Nama Dealer Mobil tempat servis
4	Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan
5	Pekerjaan	<input type="checkbox"/> PNS <input type="checkbox"/> TNI/POLRI <input type="checkbox"/> Swasta <input type="checkbox"/> Wirausaha <input type="checkbox"/> Belum Bekerja
6	Status	<input type="checkbox"/> Menikah <input type="checkbox"/> Janda/Duda <input type="checkbox"/> Belum Menikah
7	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
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	Jumlah Mobil yang dimiliki unit
10	Lama berlangganan dengan penyedia layanan servis utama	<input type="checkbox"/> Kurang dari 5 tahun <input type="checkbox"/> Antara 5 s/d 10 tahun <input type="checkbox"/> Lebih dari 10 tahun
11	Pengalaman servis pada penyedia layanan utama	<input type="checkbox"/> Kurang dari 5 kali <input type="checkbox"/> Antara 5 s/d 10 kali <input type="checkbox"/> Lebih dari 10 kali

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 disediakan seperti berikut :

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

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

Contoh :

No	Pernyataan	Jawaban												
1	Dealer mobil ini dan perwakilannya membuat saya merasa nyaman selama transaksi kami.	<table border="1"> <tr> <td>STS</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>SS</td> </tr> </table>	STS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
STS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS			

II. VARIABEL PENELITIAN

A. Relational Interaction Capability

No	Pernyataan	Jawaban												
1	Dealer mobil ini dan / atau perwakilannya membuat saya merasa nyaman selama transaksi kami.	<table border="1"> <tr> <td>STS</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>SS</td> </tr> </table>	STS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
STS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS			
2	Dealer mobil ini dan / atau perwakilannya mencoba menjalin hubungan dengan saya.	<table border="1"> <tr> <td>STS</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>SS</td> </tr> </table>	STS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
STS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS			
3	Dealer mobil ini dan /atau perwakilannya mendorong komunikasi dua arah dengan saya.	<table border="1"> <tr> <td>STS</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> <td>SS</td> </tr> </table>	STS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
STS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS			

4	Dealer mobil ini dan / atau perwakilannya menunjukkan minat yang tulus untuk melibatkan saya	STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
---	--	--

B. Individual Interaction Capability

No	Pernyataan	Jawaban
1	Dealer mobil ini dan / atau perwakilannya berusaha memahami kebutuhan pribadi saya.	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
2	Dealer mobil ini dan / atau perwakilannya sensitif terhadap situasi pribadi saya.	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
3	Dealer mobil ini dan / atau perwakilannya berusaha untuk mencari tahu apa jenis penawaran terbaik yang paling membantu saya.	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
4	Dealer mobil ini dan perwakilannya berusaha mengidentifikasi harapan pribadi saya	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS

C. Economic Value Co-Creation (EVCC)

No	Pernyataan	Jawaban
1	Saya beserta dealer mobil ini dan / atau perwakilannya berdiskusi membahas harga mobil beserta layanannya.	STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
2	Saya beserta dealer mobil ini dan / atau perwakilannya membahas pengalaman kreasi harga jual kembali mobil yang dimiliki	STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
3	Saya beserta dealer mobil ini dan / atau perwakilannya membahas pengalaman kreasi diskon atau voucher yang dapat dimanfaatkan	STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
4	Saya beserta dealer mobil ini dan / atau perwakilannya membahas pengalaman kreasi investasi yang menguntungkan (seperti kemudahan dan keringanan cara pembayaran atau pembayaran)	STS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS

D. Market Performance

No	Pernyataan	Jawaban
1	Kualitas layanan dealer mobil ini dan / atau perwakilannya sesuai harapan saya	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
2	Saya merekomendasikan dealer mobil ini dan / atau perwakilannya kepada pihak lain	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
3	Saya mendorong teman atau kenalan untuk menggunakan dealer mobil ini dan / atau perwakilannya	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS
4	Harga yang ditetapkan dealer mobil ini dan / atau perwakilannya sesuai dengan yang saya	SST 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 SS

	harapkan												
5	Sudah cukup lama saya berlangganan dengan dealer mobil ini dan / atau perwakilannya	SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS
6	Jika saya akan melakukan servis ulang, saya pasti dengan dealer mobil ini dan / atau perwakilannya	SST	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	SS

.....,

2020

Responden

(.....
....)



DAFTAR PUSTAKA

Anne Äyväri1 and Kristian (2008), “**Understanding relational and network capabilities – a critical review**”, *Helsinki School of Economics*, 1-16

Ahmad Mulyadi, Andi Tri Haryono and Dra Cicik Harini MM (2017), “**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE AND CREDIBILITY QUALITY OF CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE (STUDY ON HONDA SEMARANG CENTER)**”, *Semarang :Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang.*

Barney, J. B. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. “**Journal of Management**”. 17(1): 99 - 120.

Chen, Cheng-Nan., Tzeng, Lun-Chung & Ou, WeiMing. 2007. “**The Relationship Social Capital Entrepreneur Orientation, Organization Resource& Entrepreneurial Performance for Ventura**.Contemporary Management Research.” 3(3): 213-232.

Coleman, J. 1988. “**Social Capital in the Creation of Human Capital**. American Journal of Sociology.94” (Supplement): 95-120.

Cooke, P. 2007. “**Social capital, Embeddedness, and Market Interactions: An Analysis of Firm Performance in UK regions**. Review of Social Economy”. 65 (1): 79-106

Handayani, Reni (2012), “**PELAYANAN JASA SERVIS MOBIL DALAM MENINGKATKAN PELANGGAN DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM**” *Riau: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU*

Ingo O. Karpen, Liliana L Bove, Bryam A. Lukas and Michael J Zyphur (2015), “**Service-Dominant Orientation: Measurement and Impact on Performance Outcomes**”. *Journal of Retailing*, 91(1,2015)89-108.

Ingo O. Karpen, Liliana L. Bove, and Bryan A. Lukas (2012), “**Linking Service-Dominant Logic and Strategic Business Practice: A Conceptual Model of a Service-Dominant Orientation**”, *Journal of Service Research* 15(1) 21-36.

Kyungyeol (Anthony) Kim, Kevin K. Byon & Wooyeul Baek (2019), “**Customer-to-customer value co-creation and codestruction in sporting events**”, *The Service Industries Journal*, 1-23

Masfufah, Intan (2019), “**RELATIONAL SELLING STRATEGY ON SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE OF MUSLIM FASHION IN INDONESIA : ANTECEDENT AND CONSEQUENCE**”, *Semarang: UNIVERSITAS SULTAN AGUNG*.

Wiliyana Kumala, Hotniar Siringoringo and Ina Siti Hasanah (2005), “**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA BENGKEL DI PT. ISTANAKEBAYORANHONDAFATMAWATIBERDASARKAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN**”, *Jakarta: Universitas Gunadanna*.