

## **DATA PENULIS**

Nama : Agus Chandra Pratama

Alamat di Bandung : Jl. Cassa No.10 Bandung

Alamat Asal : Jl. Tentara Pelajar No.52 Tasikmalaya

No. Telp Bandung : -

No. Telp Asal : (0265) 7011181

No. Handphone : 081320306669

Pendidikan : SD KRISTEN BPK PENABUR TASIKMALAYA  
SLTP KRISTEN BPK PENABUR TASIKMALAYA  
SMU NEGERI I TASIKMALAYA  
Jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha

Nilai Tugas Akhir : A

Tanggal USTA : 8 February 2005

## KOMENTAR DOSEN PENGUJI

1. Perbaiki judul dari penelitian disesuaikan dengan “tools” yang dipakai.  
Karena pemakaian judul Strategi Pemasaran dirasakan kurang tepat dengan tools yang dipakai yaitu *Quantitative Strategic Planning Matrix* yang lebih ke perencanaan strategi.
2. Perbaiki penulisan bahasa inggris yang belum tercetak miring dan sub-bab yang tidak sama pada bab 1 sesuai standar yang ada.
3. Tambahkan dan jabarkan secara lebih jelas siap saja yang menjadi responden dari kuesioner perusahaan untuk setiap kuesioner yang disebar.

### DIREKTORI HOTEL DI KOTA BANDUNG (1)

NO.	NAMA	ALAMAT	KLASIFIKASI
(1)	(2)	(3)	(4)
1	KENANGAN, HOTEL	KEBON SIRIH 4	B5
2	SHERATON, HOTEL	JUANDA IR 390	B5
3	PREANGER	ASIA AFRIKA 81	B5
4	HYATT REGENCY BANDUNG	SUMATERA 51	B5
5	GRAND AQUILA	DJUNJUNAN DR 116	B5
6	JAYAKARTA, HOTEL	JUANDA IR 381A	B4
7	PAPANDAYAN, HOEL	GATOT SUBROTO, JEND 83	B4
8	HORISON	PELAJAR PEJUANG 121	B4
9	SAVOY HOMANN	ASIA AFRIKA 112	B4
10	HOLIDAY INN	JUANDA IR 33	B4
11	PERMATA INTERNASIONAL	LEMAHNEUNDEUT 7	B4
12	GUMILANG SARI, HOTEL	SETIABUDHI DR 323-325	B3
13	TELAGA SARI PERMAI, HOTEL	SETIABUDHI DR 269-275	B3
14	GEULIS, HOTEL	JUANDA IR 129	B3
15	PERDANA WISATA, HOTEL	SUDIRMAN JEND 66-68	B3
16	MUTIARA, HOTEL	KEBON KAWUNG 60	B3
17	SANTIKA, HOTEL	SUMATERA 52-54	B3
18	ISTANA, HOTEL	LEMBONG 44	B3
19	TOPAS GALERIA, HOTEL	DJUNJUNAN DR 153	B3
20	CIPAKU INDAH, HOTEL	CIPAKU XI 2	B3
21	CHEDI, HOTEL	RANCA BENTANG 56-58	B3
22	INTERNASIONAL IMPERIUM, HOTEL	RUM DR 30-32	B3
23	SUKAJADI, HOTEL	SUKAJADI 174	B3
24	ROSSAN VILA, HOTEL	SERSAN BAJURI 100	B2
25	DE QUER, HOTEL	DIPATIUKUR 27	B2
26	NEW NARIPAN, HOTEL	NARIPAN 31-35	B2
27	PROVENCE, HOTEL	ABADI GERLONG 140	B2
28	PATRA JASA, HOTEL	JUANDA IR 132	B2
29	ROYAL DAGO, HOTEL	JUANDA IR 156-169	B2
30	ABADI ASRI, HOTEL	SETIABUDHI DR 287	B2
31	ANGGREK GOLDEN, HOTEL	R.E MARTADINATA 15	B2
32	MITRA, HOTEL	SUPRATMAN 98	B2
33	TRIO, HOTEL	GARDUJATI 55-61	B2
34	ENDAH PARAHYANGAN, HOTEL	CIBEUREUM 14	B2
35	BUMI ASIH, HOTEL	CIMALAYA 1	B2
36	PADA SUKA, HOTEL	SETIABUDHI DR 426	B2
37	SANY ROSA , HOTEL	SETIABUDHI DR 10	B2
38	CEMERLANG, HOTEL	PASIRKALIKI 45	B2

## DIREKTORI HOTEL DI KOTA BANDUNG (2)

(1)	(2)	(3)	(4)
39	KEDATON, HOTEL	SUNIARAJA 14	B2
40	BALTIKA	GATOT SUBROTO, JEND 38	B2
41	ROYAL PALACE	LEMBONG 21	B2
42	ROYAL MERDEKA	MERDEKA 34	B2
43	PURWASARI, WISMA	PELAJAR PEJUANG 19	B1
44	GUNTUR, HOTEL	OTISTA 20	B1
45	SETYA BUDHI INDAH, HOTEL	SETIABUDHI DR 266	B1
46	LEBAK GUNUNG PERMAI, HOTEL	SETIABUDHI DR 414	B1
47	NYLAND, HOTEL	DJUNJUNAN 125	B1
48	BUMI KIRTI PRAMUKA, HOTEL	CIKUTRA 276A	B1
49	ARJUNA PLAZA, HOTEL	CIUMBEULEUIT 152	B1
50	LE ARIES, GARDEN HOTEL & CAFÉ	CIBOGO 11	B1
51	MELATI, HOTEL	CIJAGRA GIRANG II 32	M3
52	BANDUNG PERMAI, HOTEL	AHMAD YANI JEND 38	M3
53	METRO, HOTEL	SOEKARNO HATTA 673	M3
54	SETIA INDAH, HOTEL	SETIABUDHI DR 337	M3
55	BUKIT 6, HOTEL	JUANDA IR 311	M3
56	ASRI, WISMA	MERAK 5	M3
57	BUAH DUA, WISMA	JUANDA IR 420	M3
58	CIHAMPELAS, HOTEL	CIHAMPELAS 240	M3
59	HARAPAN EKA GRAHA, HOTEL	KEPATIHAN 14-16	M3
60	KARANG SETRA 3, HOTEL	SINDANG SERNA 10	M3
61	MAYANG SARI, HOTEL	SETIABUDHI DR 341	M3
62	INTERNASIONAL, HOTEL	VETERAN 32	M3
63	NEGLASARI, HOTEL	GANG BANCEUY 3	M3
64	SARTIKA SARI, HOTEL	DEWI SARTIKA 27	M3
65	KARTIKA, HOTEL	R.E MARTADINATA 144A	M3
66	ANDA, HOTEL	KEMBANG SEPATU 12	M3
67	SAYULI, HOTEL	SETIABUDHI DR 309	M3
68	SETIABUDI, HOTEL	SETIABUDHI DR 337B	M3
69	PANGARANG ASLI, HOTEL	PANGARANG 3	M3
70	PROGO, HOTEL	PROGO 6	M3
71	SUKAMULYA, HOTEL	PDAM 7	M3
72	ASTRA GRAHA , HOTEL	DALEM KAUM 130A	M3
73	ALAM JAYA, HOTEL	BURANGRANG 35	M3
74	GRAHA SARIKA, HOTEL	PELAJAR PEJUANG 42	M3
75	BRAWIJAYA, HOTEL	PUNGKUR 28	M3
76	BUKIT JUANDA, WISMA	JUANDA IR 448	M3

### DIREKTORI HOTEL DI KOTA BANDUNG (3)

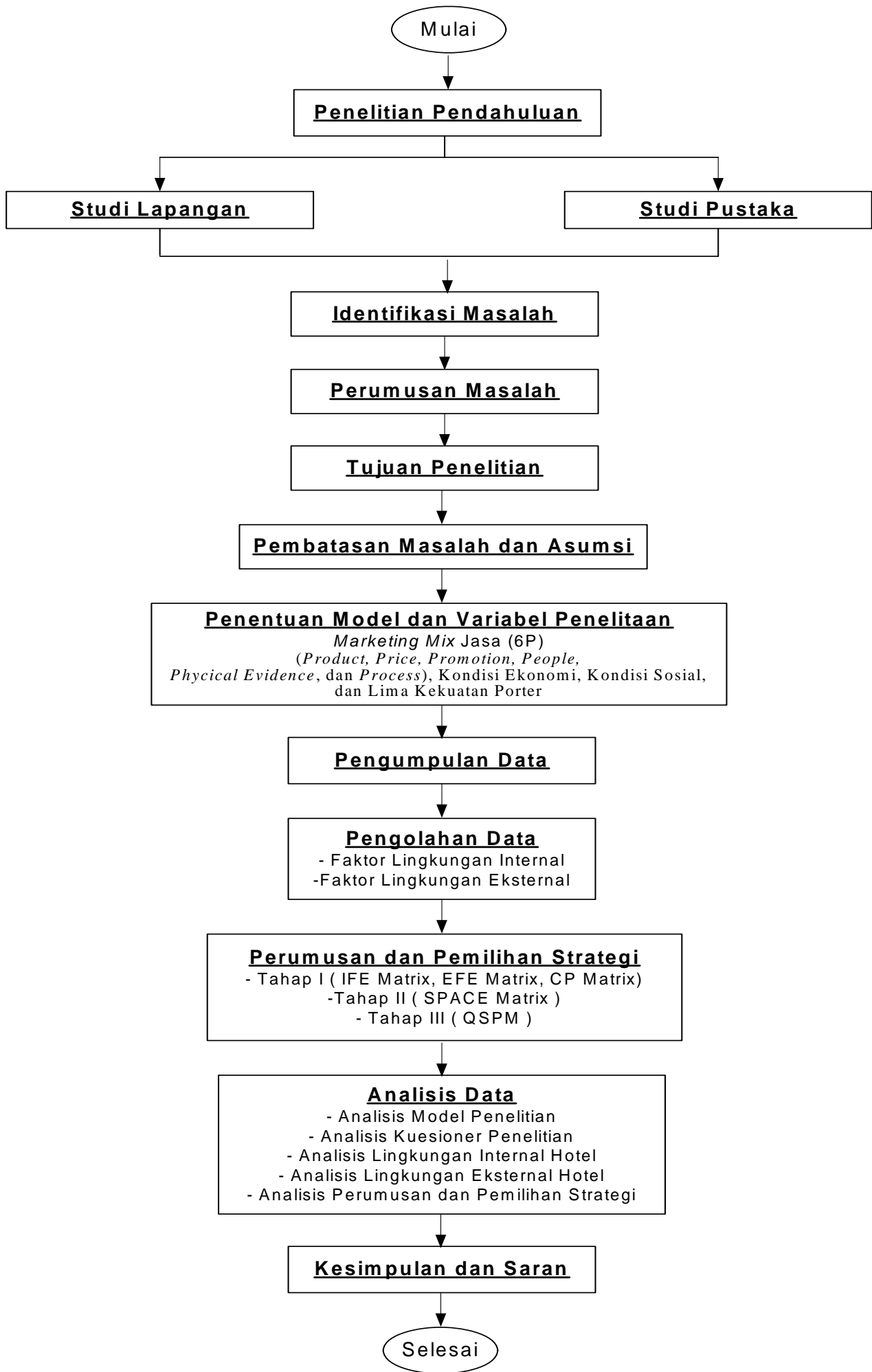
(1)	(2)	(3)	(4)
77	BALI, HOTEL	LENGKONG BESAR 145	M3
78	PUSPA KENCANA, WISMA	SILIWANGI 10	M3
79	NIRMALA, HOTEL	CIPAGANTI 150	M3
80	PURI GARDENIA, HOTEL	DIPATIUKUR 30	M3
81	GANEAS, HOTEL	PHH MUSTOPHA	M3
82	EDELWEISS CAFÉ & GUEST HOUSE	SUKAJADI 206	M3
83	LINGGA, WISMA	SOEKARNO HATTA 464	M3
84	HARMONY INN	TALAGA BODAS 23	M3
85	NARAPATI INDAH, HOTEL	PELAJAR PEJUANG 35	M3
86	PETRA PLAZA, HOTEL	PASIRKALIKI 84	M3
87	PERMATA INDAH, HOTEL	PASIRKALIKI 90	M3
88	PAJAJARAN, HOTEL	PAJAJARAN 141	M3
89	CHRYSANTA, HOTEL	PASTEUR 35	M3
90	SERENA, HOTEL	MARJUK 6	M3
91	PATRA DISA, HOTEL	MOCH. ISKAT, H 8	M3
92	NUGRAHA HOTEL MELATI	MOCH.MESRI,H 11	M3
93	JELITA PARAHYANGAN, HOTEL	PASIR KALIKI 61	M3
94	GRIYA INDAH, HOTEL	MOCH. ISKAT, H 21	M3
95	SUKAWATI, HOTEL	CITRAYUDA 10	M3
96	PELANGI INDAH, HOTEL	PASIR KALIKI	M3
97	SAHARA, HOTEL	OTISTA 3	M3
98	ASTIC, HOTEL	PAGARSIH 191	M3
99	GANIA PASA, HOTEL	VETERAN 30	M3
100	TROCADERO	WASTUKENCANA 48	M3
101	DAGO, HOTEL	JUANDA IR 21	M3
102	KARMILA, HOTEL	JUANDA IR 32	M3
103	UTARI, HOTEL	JUANDA IR 50	M3
104	TIDAR, HOTEL	GATOT SUBROTO JEND 44	M3
105	RIAU, HOTEL	RE MARTADINATA 191	M3
106	AUGUSTA, HOTEL	SURAPATI 203	M3
107	BUMI ASIH JAYA, HOTEL	SOEKARNA HATTA 452	M3
108	NYLAND GUEST HOUSE	CIPAGANTI 14	M3
109	HEGAR, HOTEL	SETASIUN SELATAN 1-3	M3
110	MELATI I	KEBONJATI 24	M3
111	MELATI II	KEBONJATI 27	M3
112	KING GARDEN, HOTEL	GARDUJATI 81-83	M3
113	SABANG, HOTEL	SABANG 101	M3
114	SELEKTA PERMAI, HOTEL	PASIRKALIKI 86-88	M3
115	FAMILIE II, HOTEL	PASIRKALIKI 83	M3
116	GRAHA ASRI, HOTEL	SETIABUDHI DR 375	M3
117	BUKIT HIJAU, HOTEL	SETIABUDHI DR 376	M3

### DIREKTORI HOTEL DI KOTA BANDUNG (4)

(1)	(2)	(3)	(4)
118	CATELLYA GUEST HOUSE (III)	CIPAKU III 11	M3
119	LEBAK GUNUNG INDAH, HOTEL	SETIABUDHI DR 418	M3
120	GANDRUNG GUNUNG, PENGINAPAN	SETIABUDHI DR 416	M3
121	GIRI ELOK, HOTEL	SETIABUDHI DR 430	M3
122	YEHEZKIEL, HOTEL	SURAPATI 191-193	M3
123	PANIISAN, HOTEL	SUKAJADI 202	M3
124	PURI AUDIE GUEST HOUSE	SIRNAGALIH 9	M3
125	GEMILANG, HOTEL	SURYA SUMANTRI 10	M3
126	PURI CIPAGANTI	CIPAGANTI 165	M3
127	SETIA BUDI INDAH	SETIABUDI DR 191	M3
128	TARUNA	LENGKONG BESAR 64	M3
129	RENGGANIS	SUPRATMAN 23	M3
130	ANUGERAH, HOTEL	PADASALUYU 18	M2
131	DEWI SARTIKA, HOTEL	DEWI SARTIKA 18	M2
132	PUTERA MELATI, HOTEL	PASUNDAN GG ASINTA 9	M2
133	SRIWIJAYA, HOTEL	SRIWIJAYA 94	M2
134	LA ROSA, HOTEL	NARIAPAN 96	M2
135	MAWAR, HOTEL	PANGARANG 14	M2
136	NANDYA, HOTEL	PANGARANG 14	M2
137	KURNIA, HOTEL	KARAPITAN 86	M2
138	BALI INDAH, HOTEL	BKR 75	M2
139	CIANJUR II, HOTEL	PUNGKUR 60	M2
140	CIANJUR I, HOTEL	PUNGKUR 169	M2
141	EMBONG, HOTEL	EMBONG 9	M2
142	BUNGSU, HOTEL	VETERAN 24	M2
143	BURANGRANG, HOTEL	LODAYA 9	M2
144	ARSALLYA, HOTEL	TALAGA BODAS 19	M2
145	BANDUNG, HOTEL	PECINAN LAMA 32	M2
146	MADJU, HOTEL	RE MARTADINATA 94	M2
147	GARUT, HOTEL	BENGAWAN 11	M2
148	SANIRA, HOTEL	WR SUPRATMAN 31	M2
149	RINJANI, HOTEL	BANTENG 120	M2
150	KOSAMBI, HOTEL	CIPAERA 53/33	M2
151	SURABAYA, HOTEL MELATI	KEBONJATI 71-73	M2
152	PATRADISSA II, HOTEL	PASIRKALIKI BLKG 12	M2
153	MELATI SEPULUH I, HOTEL	PELAJAR PEJUANG 89	M2
154	BUDIMAN, HOTEL	ASTANA ANYAR 122/22D	M2
155	CATELLYA GUEST HOUSE	RUM DR 12	M2
156	CIUMBULEUIT INDAH, HOTEL	BUKIT RAYA 215	M2

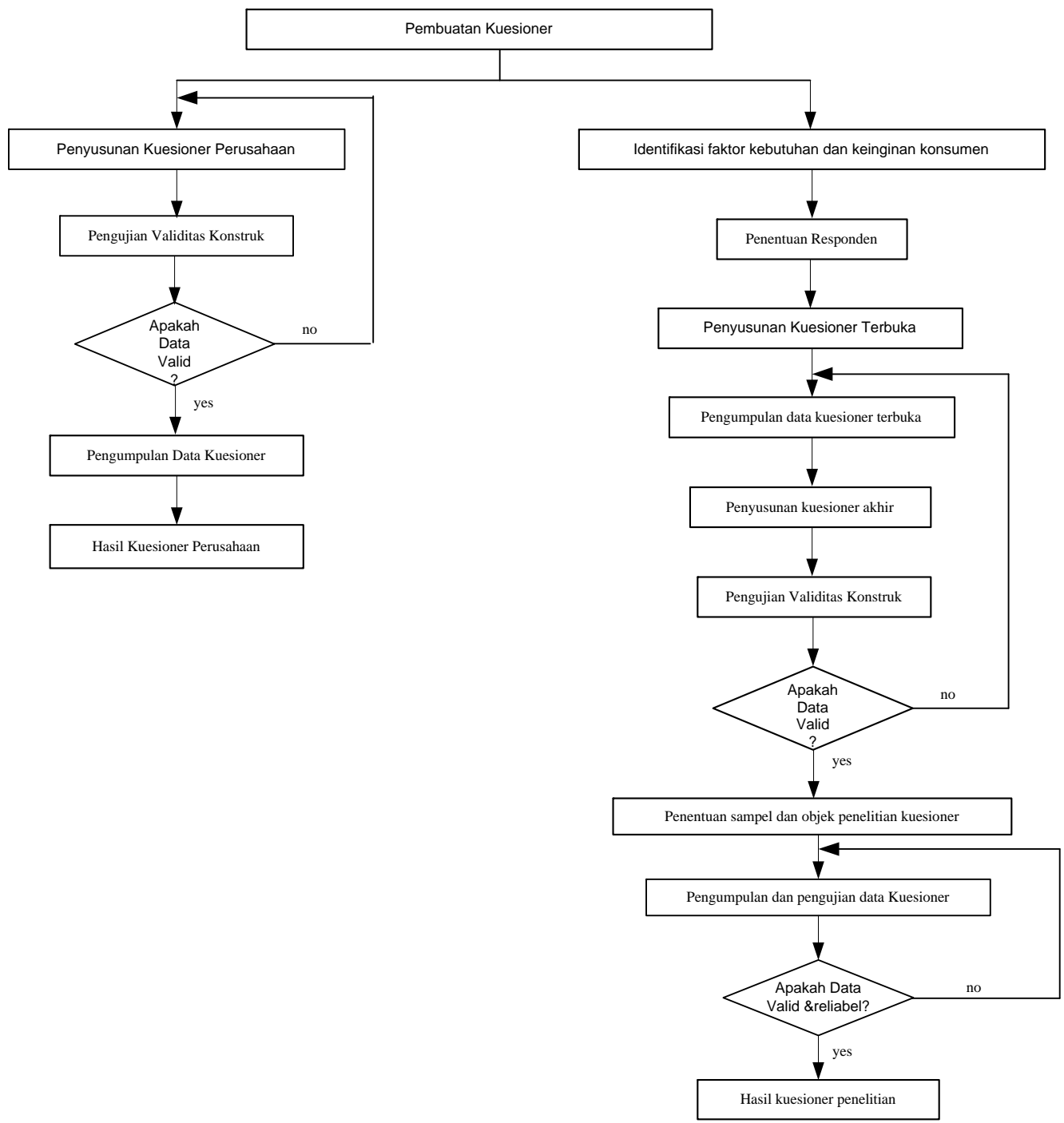
### DIREKTORI HOTEL DI KOTA BANDUNG (5)

(1)	(2)	(3)	(4)
157	BRANTAS	BRANTAS 2	M2
158	DICKY, HOTEL	PUNGKUR 153	M1
159	RESTU, HOTEL	HANG IJAN 3	M1
160	YOGA PARITRANA, HOTEL	SINDANG SERNA 16	M1
161	ARIMBI, HOTEL	GANG ASEP 60	M1
162	DUNIA, HOTEL	OTISTA 11A	M1
163	LAKSANA, PENGINAPAN	AKHBAR H 2	M1
164	DHEBBY, HOTEL	MALABAR	M1
165	PALEM, HOTEL	BELAKANG PASAR 119	M1
166	CIPAGANTI INDAH I, HOTEL	RAJAWALI TIMUR 132	M1
167	MELATI SEPULUH II, HOTEL	BUAH BATU 81	M1
168	SUKABUMI PONDOKAN	BOJONGLOA 60	M1
169	CIBODAS INDAH, HOTEL	SETIA BUDHI DR 420	M1
170	DINAR, WISMA	PELAJAR PEJUANG 25	L
171	ANUGERAH, PENGINAPAN	CIBURUY 8	L
172	YOUTH HOSTEL	SUPRATMAN 102	L
173	REMAJA GKP-RI, WISMA	LENGKONG BESAR 4	L
174	PAHLAWAN, WISMA	PAHLAWAN 89	L
175	NEW LE YOSSIE HOMESTAY	BELAKANG PASAR 112	L
176	LE YOSSIE HOME STAY	KEBONJATI 53	L
177	MORITZ, LOSMEN	BLK PASAR KOMPLEX LUXOR PERMAI KAV 3	L
178	PAWITAN, PONDOK	SETIA BUDHI DR 388	L
179	GEGER KALONG INDAH, WISMA	GERLONG HILIR 184	L
180	PUMA, PENGINAPAN	JAKARTA 1	L
181	AL HIKMAH, HOTEL	KIDANG 26 - BUAH BATU	L
182	GANDAPURA, WISMA	R.E MARTADINATA 120	L
183	SHAKTI TARIDI, WISMA	BABAKAN SARI 64	L
184	HAJI ATMO PONDOKAN	SETASIUN BARAT 8 RT03/02	L
185	PASUNDAN PENGINAPAN	SETASIUN BARAT 3A RT03/04	L
186	SUDRAJAT PEMONDOKAN	SETASIUN SELATAN 23	L
187	HIDAYAT PEMONDOKAN	SETASIUN SELATAN 48	L
188	BU ATIKA PEMONDOKAN	KEBONJATI 51/7A	L
189	MBAK MARYATI PEMONDOKAN	BABAKAN STASIUN 47/7B	L
190	CITRA, HOTEL	GARDUJATI 93	L
191	PAPILO, HOTEL	PECINAN LAMA 16	L
192	PENDAWA, WISMA	KOLAM 4	L

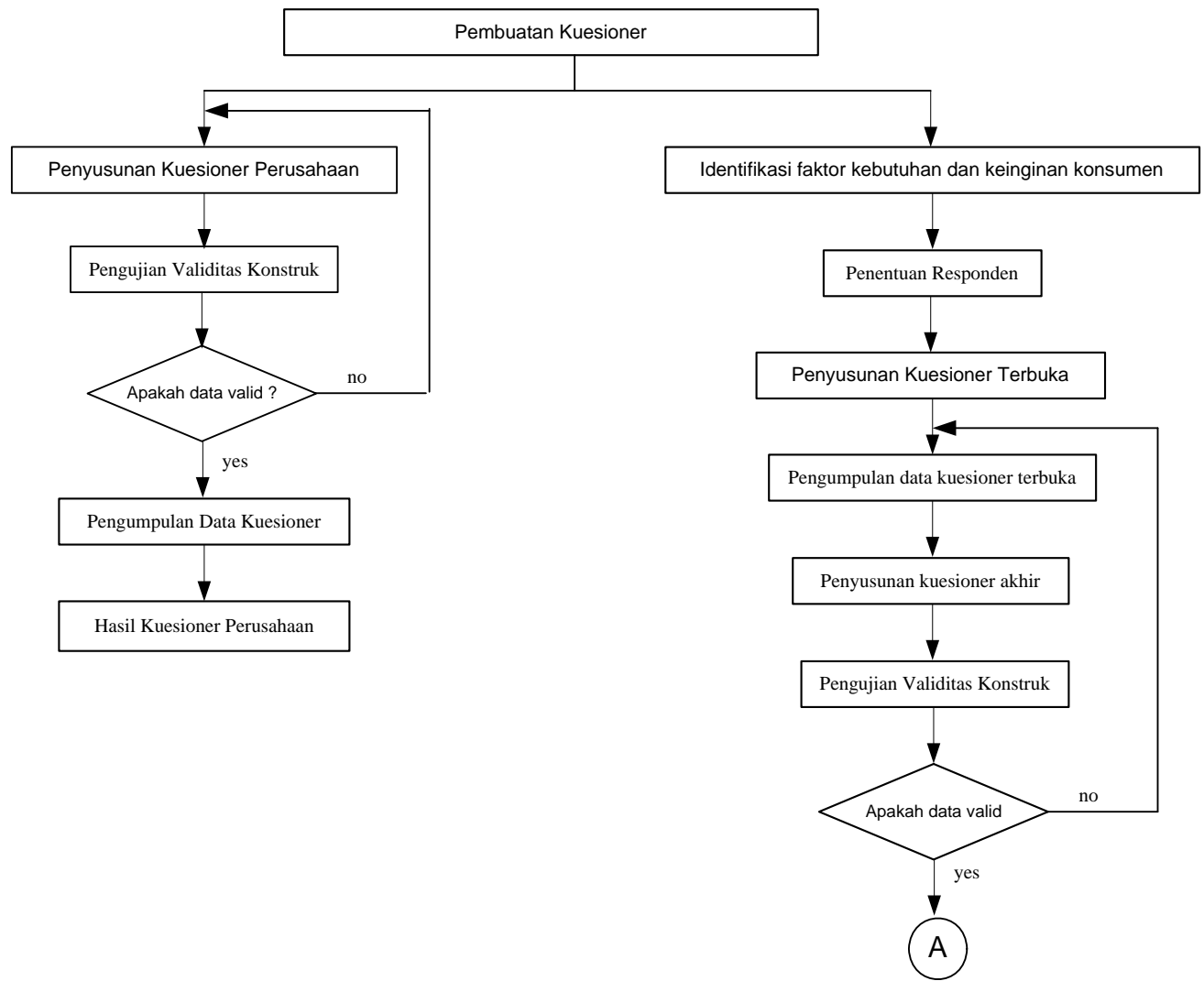


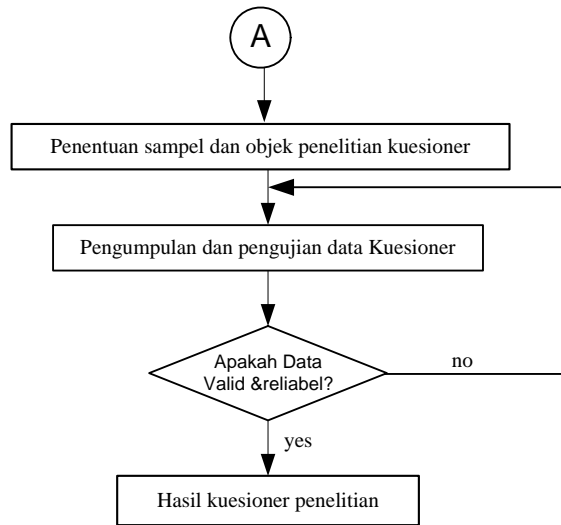
Gambar Bagan Alir Penelitian

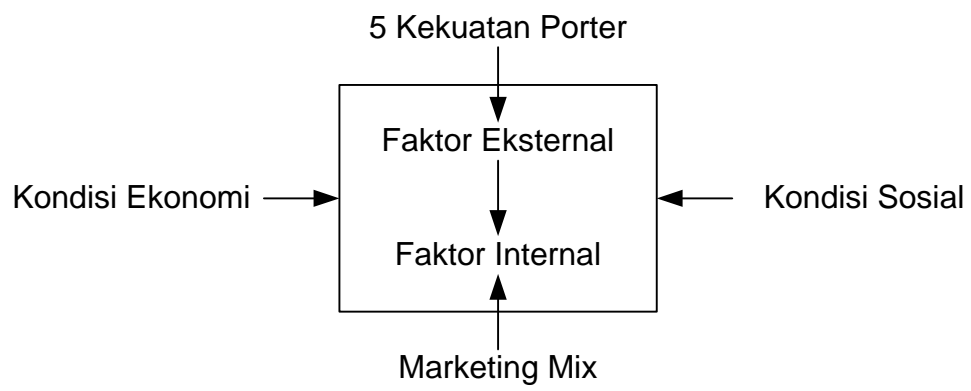


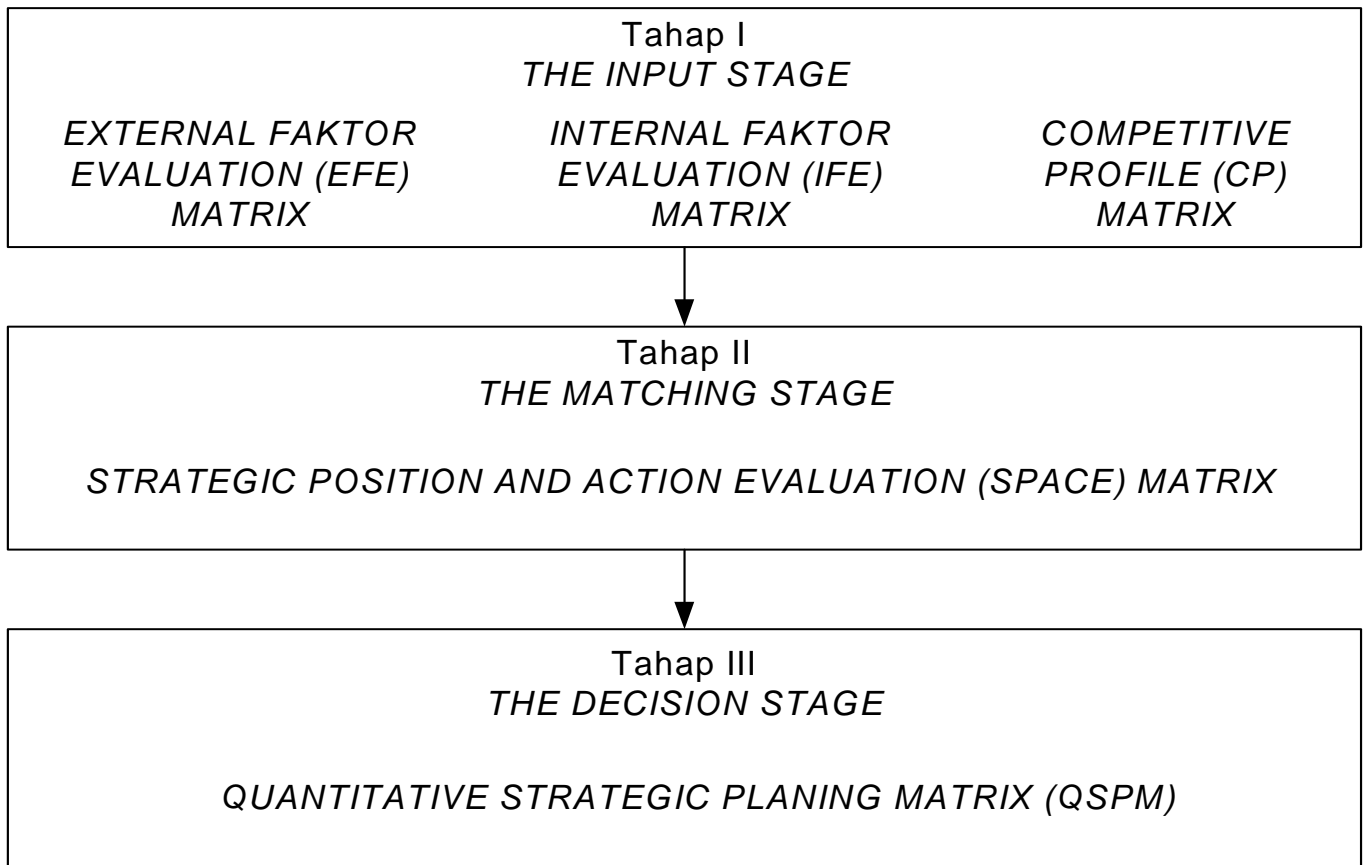


Gambar Diagram Tahapan Kuesioner Penelitian

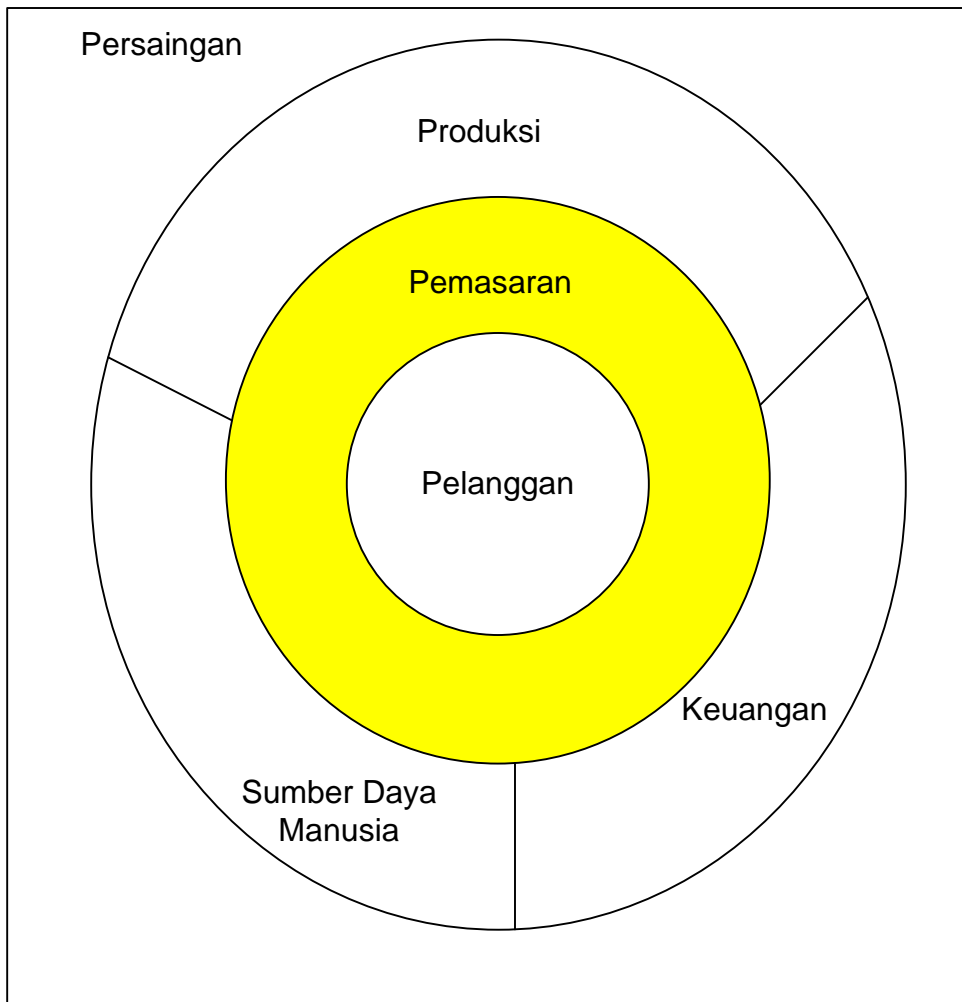








**Tahapan Kerja Formulasi  
Strategi**



**Pelanggan sebagai fungsi pengendali dan pemasaran  
sebagai fungsi pengintegrasi  
“*Customer Oriented*”**

**Perkembangan terakhir “Peran pemasaran di perusahaan”**



## BAGIAN II

### Petunjuk Pengisian :

Anda diminta untuk memberikan pendapat mengenai pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan cara memberi tanda silang (x) pada kolom :  
Tingkat kepentingan (harapan anda terhadap suatu hotel tempat anda menginap).

- SP = Bila anda berpendapat SANGAT PENTING  
 P = Bila anda berpendapat PENTING  
 N = Bila anda berpendapat NETRAL  
 TP = Bila anda berpendapat TIDAK PENTING  
 STP = Bila anda berpendapat SANGAT TIDAK PENTING

Tingkat kepuasan (penilaian anda terhadap Hotel Le Aries saat ini).

- SM = Bila anda berpendapat SANGAT MEMUASKAN  
 M = Bila anda berpendapat MEMUASKAN  
 N = Bila anda berpendapat NETRAL  
 TM = Bila anda berpendapat TIDAK MEMUASKAN  
 STM = Bila anda berpendapat SANGAT TIDAK MEMUASKAN

NO	PERTANYAAN	TINGKAT KEPENTINGAN					TINGKAT KEPUASAN						
		SP	P	N	TP	STP	SM	M	N	TM	STM		
		Nilai Bobot					Nilai Bobot						
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1		
1	Kenyamanan kamar hotel yang disediakan												
2	Harga kamar hotel yang terjangkau												
3	Keramahan dan kesopanan <i>front office</i> ( <i>receptionist</i> , dan kasir)												
4	Dekorasi/ interior dalam hotel												
5	Waktu menunggu pesanan yang disajikan di restoran/ <i>cafe</i>												
6	Rasa makanan/minuman yang disajikan												
7	Kemudahan dalam melakukan pembayaran												
8	Kesesuaian harga dengan kelengkapan fasilitas kamar hotel												
9	Adanya brosur tentang hotel												
10	Kelengkapan dari fasilitas kamar hotel yang ditawarkan												
11	Kecekatan dan keterampilan <i>house keeping</i> / <i>room service</i>												
12	Variasi dari makanan/minuman yang disajikan												
13	Adanya potongan/ discount												
14	Penampilan luar hotel (gedung hotel)												
15	Kesesuaian harga dengan makanan/minuman yang disajikan)												
16	Penampilan dan kerapihan <i>front office</i>												
17	Keamanan kamar hotel yang disediakan												
18	Adanya iklan tentang hotel												
19	Kemudahan dalam melakukan pemesanan kamar hotel												
20	Keamanan tempat parkir												
21	Keramahan dan kesopanan <i>room service</i>												
22	Harga makanan dan minuman yang terjangkau												
23	Kebersihan kamar hotel yang disediakan												
24	Waktu menunggu pesanan yang diantar ke kamar												
25	Keamanan hotel (secara keseluruhan)												
26	Kesesuaian harga dengan kamar hotel yang disediakan												
27	Respon <i>room service</i> pada permintaan tambahan /keluhan tamu												
28	Penampilan dan kerapihan dari <i>room service</i>												
29	Pemasangan papan nama hotel yang mudah dilihat												
30	Variasi dari jenis kamar hotel yang ditawarkan.												
31	Kebersihan hotel dan semua prasarananya												
32	Penataan taman di sekitar hotel												
33	Kecekatan dan keterampilan <i>front office</i>												
34	Kebersihan dari makanan dan minuman yang disajikan												
35	Kondisi tempat parker yang luas												

*Terima kasih atas ketersediaan anda mengisi kuesioner ini !*

Hormat saya,  
 A.Chandra P.



# KUESIONER PENELITIAN TUGAS AKHIR

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/Saudari Responden,

Saya menyadari waktu Bapak/Ibu/Saudara/Saudari sangat berharga, tapi saya mohon Bapak/Ibu/Saudara/Saudari bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian sebagai data pelengkap yang akan digunakan sebagai penyelesaian tugas akhir saya di Universitas Kristen Maranatha.

Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang penting bagi konsumen dalam memilih sebuah hotel.

## **Petunjuk Pengisian :**

**Untuk anda diminta untuk tanda checklist (V) pada kotak yang telah disediakan dan mengisi titik2 yang tersedia, jika menurut anda perlu dijelaskan.**

1. Menurut anda faktor-faktor penting dalam menilai PRODUK suatu jasa perhotelan adalah :

- . Variasi dan jenis kamar hotel yang ditawarkan, alasan :.....
- . Kenyamanan kamar hotel, alasan :.....
- . Kebersihan kamar hotel, alasan :.....
- . Kelengkapan dan fasilitas kamar hotel , alasan :.....
- . Rasa makanan dan minuman yang disajikan, alasan :.....
- . Kebersihan dari makanan dan minuman yang disajikan , alasan :.....
- . Variasi dari makanan dan minuman yang ditawarkan, alasan :.....
- . Lainnya :.....

2. Menurut anda faktor-faktor penting dalam menilai HARGA suatu jasa perhotelan adalah :

- . Harga kamar hotel yang terjangkau, alasan :.....
- . Kesesuaian harga dengan kamar hotel, alasan :.....
- . Kesesuaian harga dengan kelengkapan fasilitas kamar hotel, alasan :.....
- . Adanya potongan harga, alasan :.....
- . Harga makanan dan minuman yang terjangkau, alasan :.....
- . Kesesuaian harga dengan makanan dan minuman yang disajikan, alasan :.....
- . Lainnya :.....

3. Menurut anda faktor-faktor penting dalam menilai PROMOSI suatu jasa perhotelan adalah :

- . Adanya iklan tentang hotel, alasan :.....
- . Adanya brosur tentang hotel, alasan :.....
- . Pemasangan papan nama hotel yang mudah dilihat, alasan :.....
- . Tercantum dalam buku panduan (*yellow pages*), alasan :.....
- . Termasuk dalam agen pariwisata (*tour & travel*), alasan :.....
- . Lainnya :.....

4. Menurut anda faktor-faktor penting dalam menilai *PEOPLE* (Karyawan) suatu jasa perhotelan adalah :

Front Office terdiri dari Resepsionist, Operator, dan Kasir

- . Keramahan dan kesopanan dari *front office* (Resepsionis, Operator, Kasir), alasan :.....
- . Penampilan dan kerapihan dari *front office*, alasan :.....
- . Keterampilan dari *front office*, alasan :.....
- . Keramahan dan kesopanan dari *room service* (pelayan), alasan :.....
- . Penampilan dan kerapihan dari *room service*, alasan :.....
- . Respon *room service* terhadap permintaan tambahan/keluhan tamu, alasan :.....
- . Lainnya :.....

5. Menurut anda faktor-faktor penting dalam menilai *PHYCICAL EVIDENCE* (Pandangan/*image*) suatu jasa perhotelan adalah :

- . Penampilan luar hotel (gedung hotel), alasan :.....
- . Dekorasi dan interior didalam hotel, alasan :.....
- . Kebersihan hotel dan semua prasarananya, alasan :.....
- . Kondisi tempat parkir yang luas, alasan :.....
- . Keamanan hotel (kamar hotel, parkir mobil), alasan :.....
- . Penataan taman disekitar hotel, alasan :.....
- . Lainnya :.....

6. Menurut anda faktor-faktor penting dalam menilai *PROSES* suatu jasa perhotelan adalah :

- . Kemudahan dalam melakukan pemesanan kamar hotel, alasan :.....
- . Kemudahan dalam melakukan pembayaran, alasan :.....
- . Waktu menunggu pesanan yang diantar ke kamar , alasan :.....
- . Waktu menunggu pesanan yang disajikan di *restaurant/caffe*, alasan :.....
- . Pelayanan yang cepat dari *front office*, alasan :.....
- . Pelayanan yang cepat dari *room service*, alasan :.....
- . Lainnya :.....

*Terima kasih atas ketersediaan anda mengisi kuesioner ini !*

Hormat saya,

A.Chandra P.

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/Saudari Responden,

Saya menyadari waktu Bapak/Ibu/Saudara/Saudari sangat berharga, tapi saya mohon Bapak/Ibu/Saudara/Saudari bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian sebagai data pelengkap yang akan digunakan sebagai penyelesaian tugas akhir saya di Universitas Kristen Maranatha.

Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang penting bagi konsumen dalam memilih sebuah hotel.

**Petunjuk Pengisian :**

Anda diminta untuk memberikan pendapat mengenai pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan cara memberi tanda silang (x) pada kolom :

- SP = Bila anda berpendapat SANGAT PENTING  
P = Bila anda berpendapat PENTING  
N = Bila anda berpendapat NETRAL  
TP = Bila anda berpendapat TIDAK PENTING  
STP = Bila anda berpendapat SANGAT TIDAK PENTING

No.	PERTANYAAN	SP	P	N	TP	STP
1	Kenyamanan kamar hotel yang disediakan					
2	Harga kamar hotel yang terjangkau					
3	Keramahan dan kesopanan <i>front office</i> ( <i>receptionist, dan kasir</i> )					
4	Dekorasi/ interior dalam hotel					
5	Kondisi tempat parkir yang luas					
6	Rasa makanan/minuman yang disajikan					
7	Kemudahan dalam melakukan pembayaran					
8	Kesesuaian harga dengan kelengkapan fasilitas kamar hotel					
9	Adanya brosur tentang hotel					
10	Kelengkapan dari fasilitas kamar hotel yang ditawarkan					
11	Kecekatan dan keterampilan <i>house keeping / room service</i>					
12	Variasi dari makanan/minuman yang disajikan					
13	Adanya potongan/ discount					
14	Penampilan luar hotel (gedung hotel)					
15	Kesesuaian harga dengan makanan/minuman yang disajikan)					
16	Penampilan dan kerapihan <i>front office</i>					
17	Keamanan kamar hotel yang disediakan					
18	Adanya iklan tentang hotel					
19	Kemudahan dalam melakukan pemesanan kamar hotel					
20	Keamanan tempat parkir					
21	Keramahan dan kesopanan <i>room service</i>					
22	Harga makanan dan minuman yang terjangkau					
23	Kebersihan kamar hotel yang disediakan					
24	Waktu menunggu pesanan yang diantar ke kamar					
25	Keamanan hotel (secara keseluruhan)					
26	Kesesuaian harga dengan kamar hotel yang disediakan					
27	Respon <i>room service</i> terhadap permintaan tambahan /keluhan tamu					
28	Penampilan dan kerapihan dari <i>room service</i>					
29	Pemasangan papan nama hotel yang mudah dilihat					
30	Variasi dari jenis kamar hotel yang ditawarkan.					
31	Kebersihan hotel dan semua prasarananya					
32	Penataan taman di sekitar hotel					
33	Kecekatan dan keterampilan <i>front office</i>					
34	Kebersihan dari makanan dan minuman yang disajikan					
35	Waktu menunggu pesanan yang disajikan di restoran/cafe					

*Terima kasih atas ketersediaan anda mengisi kuesioner ini !*

Hormat saya,  
A.Chandra P.

**DAFTAR ISIAN RATING UNTUK *COMPETITIVE PROFILE MATRIX* (CPM)**

**Responden :** .....

- o Tentukan *rating* dari masing-masing critical success factors berikut ini dengan cara memberikan tanda X pada pilihan Bapak/Ibu.
  
- o Pilihan *rating* pada isian berikut terdiri dari :
  - Rating 5* : Sangat baik
  - Rating 4* : Baik
  - Rating 3* : Cukup baik
  - Rating 2* : Tidak baik
  - Rating 1* : Sangat tidak baik

<b>Critical Success Factors</b>	<b>Rating</b>				
	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Market Share</b> (Ukuran relatif bagian yang diperoleh suatu perusahaan dari pasar keseluruhan yang ada pada waktu tertentu)					
<b>Price Competitiveness</b> (Persaingan dalam penentuan harga yang bisa menyaingi harga yang lain dari perusahaan pesaing)					
<b>Financial Position</b> (Posisi keuangan suatu perusahaan pada suatu saat tertentu)					
<b>Product Quality</b> (Kualitas dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan)					
<b>Customer Loyalty</b> (Kesetiaan dari seorang customer/konsumen, dan sampai seberapa jauh pelanggan mau setia pada merk, produk, atau jasa tertentu)					

**DAFTAR ISIAN *RATING* UNTUK MATRIKS STRATEGIC PLANNING AND  
ACTION EVALUATION (*SPACE MATRIX*)**

**Responden :** .....

**A. *Financial Strengths (FS)* dan *Industrial Strengths (IS)***

- Tentukan *rating* dari masing-masing faktor *Financial Strengths (FS)* dan *Industrial Strengths (IS)* berikut ini dengan cara memberikan tanda X pada pilihan Bapak/Ibu.
  
- Pilihan *rating* pada isian berikut terdiri dari :
  - Rating 6* : Sangat baik
  - Rating 5* : baik
  - Rating 4* : CukupBaik
  - Rating 3* : Kurang baik
  - Rating 2* : Tidak baik
  - Rating 1* : Sangat tidak baik

<b><i>Rating FS dan IS</i></b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b><i>Financial Strengths (FS)</i></b>						
<i>Return on investment</i> (Pengembalian dari investasi)						
<i>Net income</i> (Pendapatan Bersih)						
<i>Working Capital</i> (Modal Kerja)						
<i>Liquidity</i> (Likuiditas)						
<i>Revenue Increase</i> (Pertambahan Pendapatan)						
<b><i>Industrial Strengths (IS)</i></b>						
<i>Profit Potential</i> (Potensi Keuntungan)						
<i>Easy to Entry Into Market</i> (Kemudahan masuk ke pasar)						
<i>Resource Utilitation</i> (Pemanfaatan sumber daya)						
<i>Growth Potential</i> (Potensi pertumbuhan)						
<i>Technological Know How</i> (Pengetahuan pada teknologi baru)						
<i>Productivity, Capacity Utilitation</i> (Produktivitas, pemakaian kapasitas)						

**B. Environmental Stability (ES) dan Competitive Advantage (CA)**

- Tentukan *rating* dari masing-masing faktor *Environmental Stability* (ES) dan *Competitive Advantage* (CA) berikut ini dengan cara memberikan tanda X pada pilihan Bapak/Ibu.
  
- Pilihan *rating* pada isian berikut terdiri dari :
  - Rating -1* : Sangat baik
  - Rating -2* : Baik
  - Rating -3* : Cukup baik
  - Rating -4* : Kurang baik
  - Rating -5* : Tidak baik
  - Rating -6* : Sangat tidak baik

<b>Rating ES dan CA</b>	<b>-1</b>	<b>-2</b>	<b>-3</b>	<b>-4</b>	<b>-5</b>	<b>-6</b>
<b>Environmental Stability (ES)</b>						
<i>Technological Changes</i> (Perubahan teknologi)						
<i>Barriers to entry Into Market</i> (Halangan untuk memasuki pasar)						
<i>Demand Variability</i> (Banyaknya permintaan)						
<i>Rate of Inflation</i> (Tingkat inflasi)						
<i>Competitives Pressure</i> (Tekanan dari berkompetisi)						
<i>Price Elasticity of Demand</i> (Elastisitas harga terhadap permintaan)						
<b>Competitive Advantage (CA)</b>						
<i>Market Share</i> (Pangsa Pasar)						
<i>Product Quality</i> (Kualitas dari produk/ jasa yang dihasilkan)						
<i>Customer Loyalty</i> (Kesetiaan dari pelanggan)						
<i>Competition's Capacity Utilization</i> (Utilitas dari kapasitas kompetisi)						
<i>Technological Know How</i> (Pengetahuan pada teknologi baru)						

# KUESIONER PENELITIAN TUGAS AKHIR

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari Responden,

Saya menyadari waktu Anda sangat berharga, tapi saya mohon Bapak/Ibu/Saudara/Saudari bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian mengenai kondisi Hotel Le Aries sebagai data pelengkap yang akan digunakan sebagai penyelesaian tugas akhir saya di Universitas Kristen Maranatha. Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang penting bagi konsumen dalam memilih sebuah hotel dan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen atas kondisi Hotel Le Aries yang ada sekarang.

## BAGIAN I

### **Petunjuk Pengisian :**

Anda diminta untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dibawah ini dengan memilih salah satu jawaban yang paling tepat untuk setiap pertanyaannya dengan memberi tanda silang (x).

1. Dimana anda pertama kali mengetahui informasi mengenai Hotel Le Aries ?
  - # Teman
  - # Keluarga
  - # Media cetak
  - # Selebaran/ brosur
  - # Lain-lain : .....
2. Sudah berapa kalikah anda menginap di Hotel Le Aries ?
  - # 1 kali
  - # 2 kali
  - # 3 -5 kali
  - # Lebih dari 5 kali
3. Dengan siapakah biasanya anda menginap di Hotel Le Aries ?
  - # Sendiri
  - # Keluarga
  - # Teman
  - # Rekan bisnis
  - # Rombongan kantor
  - # Lain-lain:.....
4. Untuk tujuan apakah biasanya anda menginap di Hotel Le Aries ?
  - # Liburan
  - # Urusan bisnis
  - # Lain-lain : .....
5. Hotel yang paling sering anda kunjungi selain Hotel Le Aries adalah :
  - # Hotel Topas Galeria
  - # Hotel Grand Aquila
  - # Hotel Nyland
  - # Hotel Mutiara
  - # Hotel Gemilang
  - # Hotel Cemerlang
  - # Hotel Guntur
  - # Hotel Setya Budhi Indah
  - # HotelLebak Gunung Permai
  - # Lain-lain:.....

## DAFTAR ISIAN *ATTRACTIVENESS SCORE* UNTUK QSPM

**Responden :** .....

**Strategi : *Market Penetration***

- o Tentukan *Attractiveness Score* (AS) atau daya tarik dari masing-masing faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) untuk strategi *Market Penetration* berikut ini dengan cara memberikan tanda X pada pilihan Bapak/Ibu
- o Pilihan *Attractiveness Score* (AS) pada isian berikut ini terdiri dari :
 

1: berarti tidak menarik ( <i>not attractive</i> )	3: berarti secara logis menarik ( <i>reasonable attractive</i> )
2: berarti agak menarik ( <i>somewhat attractive</i> )	4: berarti sangat menarik ( <i>highly attractive</i> )

<b>Critical Success Factors</b>		<b>Strategi Market Penetration</b>			
		4	3	2	1
<b>A. Strengths</b>					
1	Kenyamanan kamar hotel yang disediakan				
2	Harga kamar hotel yang terjangkau				
3	Keramahan dan kesopanan <i>front office</i> (resepsionis, operator, kasir)				
4	Kecekatan dan keterampilan <i>house keeping/room service</i>				
5	Penampilan luar hotel (gedung hotel)				
6	Penampilan dan kerapian <i>front office</i>				
7	Keamanan kamar hotel yang disediakan				
8	Keamanan tempat parkir				
9	Keramahan dan kesopanan <i>room service</i>				
10	Kebersihan kamar hotel yang disediakan				
11	Keamanan hotel				
12	Kesesuaian harga dengan kamar hotel yang disediakan				
13	Kebersihan hotel dan semua prasarananya				
14	Kebersihan dari makanan/minuman yang disajikan				
<b>B. Weakness</b>					
1	Dekorasi/interior didalam hotel				
2	Rasa makanan dan minuman (dari restoran/ <i>coffe shop</i> ) yang disajikan				
3	Adanya iklan tentang hotel				
4	Kelengkapan dari fasilitas kamar yang ditawarkan				
5	Variansi dari makanan dan minuman yang disajikan				
6	Adanya potongan harga/diskon				
7	Waktu menunggu pesanan yang diantar ke kamar				
8	Kondisi tempat parkir yang luas				
<b>C. Opportunities</b>					
1	Pertumbuhan ekonomi yang positif dalam bidang pariwisata				
2	Daya beli masyarakat				
3	Gaya hidup masyarakat				
4	Semakin meningkatnya kolaborasi perusahaan antar kota				
5	Kekuatan tawar-menawar dari pemasok				
<b>D. Threats</b>					
1	Banyaknya pesaing				
2	Ancaman masuknya pendatang baru				
3	Adanya produk pengganti (substitusi)				
4	Kurang amannya kondisi negara, terutama di kota Bandung				
5	Kekuatan tawar-menawar dari pembeli				



## DAFTAR ISIAN *ATTRACTIVENESS SCORE* UNTUK QSPM

**Responden :** .....

**Strategi : *Market Development***

- o Tentukan *Attractiveness Score* (AS) atau daya tarik dari masing-masing faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) untuk strategi *Market Development* berikut ini dengan cara memberikan tanda X pada pilihan Bapak/Ibu
- o Pilihan *Attractiveness Score* (AS) pada isian berikut ini terdiri dari :
 

1: berarti tidak menarik ( <i>not attractive</i> )	3: berarti secara logis menarik ( <i>reasonable attractive</i> )
2: berarti agak menarik ( <i>somewhat attractive</i> )	4: berarti sangat menarik ( <i>highly attractive</i> )

<b>Critical Success Factors</b>		<b>Strategi Market Development</b>			
		4	3	2	1
<b>A. Strengths</b>					
1	Kenyamanan kamar hotel yang disediakan				
2	Harga kamar hotel yang terjangkau				
3	Keramahan dan kesopanan <i>front office</i> (resepsionis, operator, kasir)				
4	Kecekatan dan keterampilan <i>house keeping/room service</i>				
5	Penampilan luar hotel (gedung hotel)				
6	Penampilan dan kerapian <i>front office</i>				
7	Keamanan kamar hotel yang disediakan				
8	Keamanan tempat parkir				
9	Keramahan dan kesopanan <i>room service</i>				
10	Kebersihan kamar hotel yang disediakan				
11	Keamanan hotel				
12	Kesesuaian harga dengan kamar hotel yang disediakan				
13	Kebersihan hotel dan semua prasarananya				
14	Kebersihan dari makanan/minuman yang disajikan				
<b>B. Weakness</b>					
1	Dekorasi/interior didalam hotel				
2	Rasa makanan dan minuman (dari restoran/ <i>coffe shop</i> ) yang disajikan				
3	Adanya iklan tentang hotel				
4	Kelengkapan dari fasilitas kamar yang ditawarkan				
5	Variansi dari makanan dan minuman yang disajikan				
6	Adanya potongan harga/diskon				
7	Waktu menunggu pesanan yang diantar ke kamar				
8	Kondisi tempat parkir yang luas				
<b>C. Opportunities</b>					
1	Pertumbuhan ekonomi yang positif dalam bidang pariwisata				
2	Daya beli masyarakat				
3	Gaya hidup masyarakat				
4	Semakin meningkatnya kolaborasi perusahaan antar kota				
5	Kekuatan tawar-menawar dari pemasok				
<b>D. Threats</b>					
1	Banyaknya pesaing				
2	Ancaman masuknya pendatang baru				
3	Adanya produk pengganti (substitusi)				
4	Kurang amannya kondisi negara, terutama di kota Bandung				
5	Kekuatan tawar-menawar dari pembeli				

## DAFTAR ISIAN *ATTRACTIVENESS SCORE* UNTUK QSPM

**Responden :** .....

### **Strategi : *Product Development***

- Tentukan *Attractiveness Score* (AS) atau daya tarik dari masing-masing faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) untuk strategi *Product Development* berikut ini dengan cara memberikan tanda X pada pilihan Bapak/Ibu
- Pilihan *Attractiveness Score* (AS) pada isian berikut ini terdiri dari :
 

1: berarti tidak menarik ( <i>not attractive</i> )	3: berarti secara logis menarik ( <i>reasonable attractive</i> )
2: berarti agak menarik ( <i>somewhat attractive</i> )	4: berarti sangat menarik ( <i>highly attractive</i> )

<b>Critical Success Factors</b>		<b>Strategi product development</b>			
		<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>A. Strengths</b>					
1	Kenyamanan kamar hotel yang disediakan				
2	Harga kamar hotel yang terjangkau				
3	Keramahan dan kesopanan <i>front office</i> (resepsionis, operator, kasir)				
4	Kecekatan dan keterampilan <i>house keeping/room service</i>				
5	Penampilan luar hotel (gedung hotel)				
6	Penampilan dan kerapian <i>front office</i>				
7	Keamanan kamar hotel yang disediakan				
8	Keamanan tempat parkir				
9	Keramahan dan kesopanan <i>room service</i>				
10	Kebersihan kamar hotel yang disediakan				
11	Keamanan hotel				
12	Kesesuaian harga dengan kamar hotel yang disediakan				
13	Kebersihan hotel dan semua prasarananya				
14	Kebersihan dari makanan/minuman yang disajikan				
<b>B. Weakness</b>					
1	Dekorasi/interior didalam hotel				
2	Rasa makanan dan minuman (dari restoran/ <i>coffe shop</i> ) yang disajikan				
3	Adanya iklan tentang hotel				
4	Kelengkapan dari fasilitas kamar yang ditawarkan				
5	Variansi dari makanan dan minuman yang disajikan				
6	Adanya potongan harga/diskon				
7	Waktu menunggu pesanan yang diantar ke kamar				
8	Kondisi tempat parkir yang luas				
<b>C. Opportunities</b>					
1	Pertumbuhan ekonomi yang positif dalam bidang pariwisata				
2	Daya beli masyarakat				
3	Gaya hidup masyarakat				
4	Semakin meningkatnya kolaborasi perusahaan antar kota				
5	Kekuatan tawar-menawar dari pemasok				
<b>D. Threats</b>					
1	Banyaknya pesaing				
2	Ancaman masuknya pendatang baru				
3	Adanya produk pengganti (substitusi)				
4	Kurang amannya kondisi negara, terutama di kota Bandung				
5	Kekuatan tawar-menawar dari pembeli				

## DAFTAR ISIAN *ATTRACTIVENESS SCORE* UNTUK QSPM

**Responden :** .....

**Strategi : *Joint Venture***

- o Tentukan *Attractiveness Score* (AS) atau daya tarik dari masing-masing faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) untuk strategi *Joint Venture* berikut ini dengan cara memberikan tanda X pada pilihan Bapak/Ibu
- o Pilihan *Attractiveness Score* (AS) pada isian berikut ini terdiri dari :
 

1: berarti tidak menarik ( <i>not attractive</i> )	3: berarti secara logis menarik ( <i>reasonable attractive</i> )
2: berarti agak menarik ( <i>somewhat attractive</i> )	4: berarti sangat menarik ( <i>highly attractive</i> )

<b>Critical Success Factors</b>		<b>Strategi Joint venture</b>			
		4	3	2	1
<b>A. Strengths</b>					
1	Kenyamanan kamar hotel yang disediakan				
2	Harga kamar hotel yang terjangkau				
3	Keramahan dan kesopanan <i>front office</i> (resepsionis, operator, kasir)				
4	Kecekatan dan keterampilan <i>house keeping/room service</i>				
5	Penampilan luar hotel (gedung hotel)				
6	Penampilan dan kerapihan <i>front office</i>				
7	Keamanan kamar hotel yang disediakan				
8	Keamanan tempat parkir				
9	Keramahan dan kesopanan <i>room service</i>				
10	Kebersihan kamar hotel yang disediakan				
11	Keamanan hotel				
12	Kesesuaian harga dengan kamar hotel yang disediakan				
13	Kebersihan hotel dan semua prasarananya				
14	Kebersihan dari makanan/minuman yang disajikan				
<b>B. Weakness</b>					
1	Dekorasi/interior didalam hotel				
2	Rasa makanan dan minuman (dari restoran/ <i>coffe shop</i> ) yang disajikan				
3	Adanya iklan tentang hotel				
4	Kelengkapan dari fasilitas kamar yang ditawarkan				
5	Variansi dari makanan dan minuman yang disajikan				
6	Adanya potongan harga/diskon				
7	Waktu menunggu pesanan yang diantar ke kamar				
8	Kondisi tempat parkir yang luas				
<b>C. Opportunities</b>					
1	Pertumbuhan ekonomi yang positif dalam bidang pariwisata				
2	Daya beli masyarakat				
3	Gaya hidup masyarakat				
4	Semakin meningkatnya kolaborasi perusahaan antar kota				
5	Kekuatan tawar-menawar dari pemasok				
<b>D. Threats</b>					
1	Banyaknya pesaing				
2	Ancaman masuknya pendatang baru				
3	Adanya produk pengganti (subtitusi)				
4	Kurang amannya kondisi negara, terutama di kota Bandung				
5	Kekuatan tawar-menawar dari pembeli				

## Lampiran A

### Variabel Penelitian

## Lampiran B

### Kuesioner Awal

## Lampiran C

### Kuesioner Penelitian

## Lampiran D

### Data Mentah

## Lampiran E

**Tabel Pearson Product**

**Moment**



## Lampiran F

### Pengujian Validitas Instrumen

# Lampiran G

## Pengujian Reliabilitas

### Instrumen

## Lampiran H

Kuesioner untuk *Competitive*

*Profile Matrix (CPM)*

## Lampiran I

Kuesioner untuk *Strategic*

*Position and Action Evaluation*

(SPACE) Matrix

## Lampiran J

Kuesioner untuk *Quantitative*

*Strategic Planning Matrix*

(QSPM)

## Lampiran K

**Brosur Hotel Le Aries**

## FAKTOR MARKETING MIX PRODUCT

Responden	Var1	Var23	Var30	Var10	Var17	Var6	Var34	Var12	TOTAL	TOTAL^2
1	5	5	4	4	5	4	5	4	36	1296
2	5	4	4	5	5	4	5	4	36	1296
3	4	4	5	4	5	5	5	4	36	1296
4	5	5	5	5	5	4	5	5	39	1521
5	4	4	4	5	5	3	4	5	34	1156
6	4	4	3	4	4	5	5	4	33	1089
7	5	4	5	5	5	4	5	4	37	1369
8	5	5	5	4	5	4	5	4	37	1369
9	5	4	5	5	5	5	5	5	39	1521
10	5	4	4	5	5	4	5	5	37	1369
11	5	5	5	4	5	4	5	5	38	1444
12	4	4	3	4	4	3	4	4	30	900
13	4	4	4	3	4	5	5	4	33	1089
14	5	4	5	5	5	5	5	5	39	1521
15	5	5	5	5	5	4	5	5	39	1521
16	5	5	5	5	5	4	5	5	39	1521
17	5	5	4	4	5	5	5	4	37	1369
18	4	4	4	4	5	3	5	5	34	1156
19	5	4	5	5	4	3	5	5	36	1296
20	5	4	5	5	5	4	5	4	37	1369
21	4	4	4	3	5	4	4	5	33	1089
22	5	5	4	3	4	3	5	5	34	1156
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40	1600
24	4	4	4	4	5	4	5	5	35	1225
25	5	4	5	4	5	3	5	4	35	1225
26	5	5	5	5	5	4	5	5	39	1521
27	5	5	3	5	5	4	5	4	36	1296
28	4	4	5	4	5	3	5	5	35	1225
29	5	4	5	5	5	4	5	5	38	1444
30	4	4	4	5	5	3	5	4	34	1156
A	140	131	133	133	145	119	147	137	1085	39405
B	660	579	603	603	705	487	723	633		

## FAKTOR MARKETING MIX PRICE

Responden	Var2	Var26	Var8	Var13	Var22	Var15	TOTAL	TOTAL^2
1	5	5	5	5	5	5	30	900
2	5	5	4	5	5	5	29	841
3	5	4	4	4	5	4	26	676
4	4	4	3	4	4	4	23	529
5	4	4	4	4	4	4	24	576
6	5	5	3	5	5	5	28	784
7	5	5	5	5	5	5	30	900
8	5	5	4	5	5	5	29	841
9	4	5	4	5	4	5	27	729
10	5	4	5	4	5	4	27	729
11	5	5	2	4	5	5	26	676
12	5	5	4	5	5	5	29	841
13	4	5	5	5	4	5	28	784
14	4	5	4	5	4	5	27	729
15	5	4	5	5	5	4	28	784
16	5	4	5	5	5	4	28	784
17	5	5	3	3	5	5	26	676
18	5	5	5	5	5	5	30	900
19	5	4	4	5	5	4	27	729
20	5	5	5	5	5	5	30	900
21	4	5	3	4	4	5	25	625
22	5	5	3	3	5	5	26	676
23	5	4	4	4	5	4	26	676
24	5	4	4	4	5	4	26	676
25	5	5	5	5	5	5	30	900
26	5	4	4	5	5	4	27	729
27	5	5	5	5	5	5	30	900
28	4	5	1	4	4	5	23	529
29	5	5	4	5	5	5	29	841
30	5	5	4	5	5	5	29	841
A	143	140	120	137	143	140	823	22701
B	687	660	508	637	687	660		



### ***MARKETING MIX PROMOTION***

Responden	Var18	Var9	Var29	TOTAL	TOTAL^2
1	4	4	4	12	144
2	3	4	4	11	121
3	3	3	4	10	100
4	4	3	3	10	100
5	4	4	5	13	169
6	4	2	4	10	100
7	5	4	4	13	169
8	4	3	4	11	121
9	5	5	4	14	196
10	4	1	2	7	49
11	3	2	3	8	64
12	4	3	5	12	144
13	4	3	4	11	121
14	2	3	4	9	81
15	4	4	3	11	121
16	4	4	4	12	144
17	5	3	4	12	144
18	2	4	3	9	81
19	3	4	4	11	121
20	4	3	2	9	81
21	4	2	4	10	100
22	5	1	3	9	81
23	2	3	2	7	49
24	5	3	3	11	121
25	5	3	4	12	144
26	4	4	4	12	144
27	4	2	3	9	81
28	3	4	5	12	144
29	4	3	4	11	121
30	3	3	3	9	81
A	114	94	109	317	3437
B	456	320	415		

## FAKTOR MARKETING MIX PEOPLE

Responden	Var3	Var16	Var33	Var21	Var28	Var27	Var11	TOTAL	TOTAL^2
1	4	5	5	5	4	4	5	32	1024
2	4	4	5	5	4	4	5	31	961
3	4	4	4	4	3	4	4	27	729
4	5	5	5	5	4	5	5	34	1156
5	5	4	4	5	3	5	4	30	900
6	4	4	5	4	3	5	5	30	900
7	3	4	4	4	5	4	5	29	841
8	5	5	5	5	5	4	5	34	1156
9	5	5	5	5	4	5	4	33	1089
10	5	5	4	5	4	5	4	32	1024
11	4	4	4	4	3	4	4	27	729
12	4	4	5	4	5	4	5	31	961
13	4	5	5	5	5	5	5	34	1156
14	4	4	4	4	5	5	4	30	900
15	4	4	4	4	4	4	4	28	784
16	5	5	5	5	4	5	5	34	1156
17	5	5	5	4	4	4	5	32	1024
18	5	3	5	5	4	5	5	32	1024
19	3	4	3	5	4	4	4	27	729
20	4	4	5	5	5	5	5	33	1089
21	4	4	4	4	4	4	4	28	784
22	5	5	5	5	2	4	5	31	961
23	5	4	4	5	2	4	4	28	784
24	4	4	4	5	5	5	4	31	961
25	5	5	4	4	4	4	4	30	900
26	5	5	5	5	4	5	5	34	1156
27	4	4	4	4	4	5	4	29	841
28	3	5	5	4	3	4	5	29	841
29	5	4	5	5	4	4	5	32	1024
30	5	5	4	4	4	4	5	31	961
A	131	132	135	137	118	133	137	923	28545
B	585	590	617	633	484	597	633		

**FAKTOR MARKETING MIX PHYSICAL EVIDENCE**

Responden	Var14	Var4	Var31	Var5	Var25	Var20	Var32	TOTAL	TOTAL^2
1	5	4	5	4	5	5	5	33	1089
2	4	4	5	4	4	5	5	31	961
3	5	5	4	5	5	4	5	33	1089
4	4	4	5	5	3	4	4	29	841
5	4	4	5	4	4	4	4	29	841
6	3	4	4	4	3	3	4	25	625
7	4	5	5	5	4	5	5	33	1089
8	5	5	5	5	4	4	5	33	1089
9	5	4	5	5	5	3	5	32	1024
10	2	3	5	4	4	4	4	26	676
11	4	4	4	4	5	3	5	29	841
12	5	4	5	5	2	4	5	30	900
13	4	5	5	5	5	3	4	31	961
14	5	4	5	3	3	4	5	29	841
15	4	4	5	5	4	4	4	30	900
16	4	4	5	4	4	3	5	29	841
17	4	2	4	3	4	5	5	27	729
18	5	5	5	2	3	4	3	27	729
19	5	3	5	4	4	5	4	30	900
20	3	4	4	4	4	5	4	28	784
21	4	4	5	5	3	4	5	30	900
22	5	5	5	5	4	4	5	33	1089
23	2	3	4	2	3	3	3	20	400
24	5	4	5	4	5	5	5	33	1089
25	4	4	5	4	5	5	5	32	1024
26	4	4	5	5	4	4	4	30	900
27	3	4	4	4	4	3	4	26	676
28	4	3	4	3	3	3	4	24	576
29	5	4	5	4	2	5	5	30	900
30	4	4	5	4	4	4	5	30	900
A	124	120	142	124	116	121	135	882	26204
B	534	494	678	534	470	505	619		

## FAKTOR *MARKETING MIX PROCESS*

Responden	Var19	Var7	Var24	Var35	TOTAL	TOTAL^2
1	4	4	4	4	16	256
2	4	4	5	4	17	289
3	5	4	5	3	17	289
4	5	5	4	5	19	361
5	5	4	4	4	17	289
6	3	3	5	2	13	169
7	4	4	5	5	18	324
8	4	3	5	4	16	256
9	5	5	4	4	18	324
10	5	4	4	5	18	324
11	4	4	3	5	16	256
12	5	4	5	4	18	324
13	5	5	4	4	18	324
14	3	3	4	1	11	121
15	4	4	5	5	18	324
16	5	4	5	4	18	324
17	5	5	4	4	18	324
18	5	4	4	3	16	256
19	4	4	4	3	15	225
20	4	3	3	4	14	196
21	3	3	4	4	14	196
22	3	3	4	5	15	225
23	5	5	4	2	16	256
24	5	5	5	4	19	361
25	5	4	5	4	18	324
26	4	4	4	5	17	289
27	4	4	5	5	18	324
28	5	5	3	3	16	256
29	4	4	5	4	17	289
30	4	4	5	3	16	256
A	130	121	130	116	497	8331
B	578	501	576	478		

## PENGUJIAN RELIABILITAS UNTUK FAKTOR MARKETING MIX

Responden	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6	Var7	Var8	Var9	Var10	Var11	Var12	Var13	Var14	Var15	Var16	Var17	Var18	Var19	Var20
1	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5
3	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4
5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4
6	4	5	4	4	4	5	3	3	2	4	5	4	5	3	5	4	4	4	3	3
7	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5
8	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4
9	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3
10	5	5	5	3	4	4	4	5	1	5	4	5	4	2	4	5	5	4	5	4
11	5	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	3
12	4	5	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
13	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	3
14	5	4	4	4	3	5	3	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	2	3	4
15	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
16	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3
17	5	5	5	2	3	5	5	3	3	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5
18	4	5	5	5	2	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	2	5	4
19	5	5	3	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5
20	5	5	4	4	4	4	3	5	3	5	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5
21	4	4	4	4	5	4	3	3	2	3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4
22	5	5	5	5	5	3	3	3	1	3	5	5	3	5	5	5	4	5	3	4
23	5	5	5	3	2	5	5	4	3	5	4	5	4	2	4	4	5	2	5	3
24	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5
25	5	5	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
27	5	5	4	4	4	4	4	5	2	5	4	4	5	3	5	4	5	4	4	3
28	4	4	3	3	3	3	5	1	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	3
29	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5
30	4	5	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	4
A	140	143	131	120	124	119	121	120	94	133	137	137	137	124	140	132	145	114	130	121
B	660	687	585	494	534	487	501	508	320	603	633	633	637	534	660	590	705	456	578	505

Var20	Var21	Var22	Var23	Var24	Var25	Var26	Var27	Var28	Var29	Var30	Var31	Var32	Var33	Var34	Var35	TOTAL	TOTAL^2
5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	159	25281
5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	155	24025
4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	3	149	22201
4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	154	23716
4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	147	21609
3	4	5	4	5	3	5	5	3	4	3	4	4	5	5	2	139	19321
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	160	25600
4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	160	25600
3	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	163	26569
4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	5	5	147	21609
3	4	5	5	3	5	5	4	3	3	5	4	5	4	5	5	144	20736
4	4	5	4	5	2	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	150	22500
3	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	155	24025
4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	1	145	21025
4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	154	23716
3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	160	25600
5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	152	23104
4	5	5	4	4	3	5	5	4	3	4	5	3	5	5	3	148	21904
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	3	146	21316
5	5	5	4	3	4	5	5	5	2	5	4	4	5	5	4	151	22801
4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	140	19600
4	5	5	5	4	4	5	4	2	3	4	5	5	5	5	5	148	21904
3	5	5	5	4	3	4	4	2	2	5	4	3	4	5	2	137	18769
5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	4	155	24025
5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	157	24649
4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	159	25281
3	4	5	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	5	148	21904
3	4	4	4	3	3	5	4	3	5	5	4	4	5	5	3	139	19321
5	5	5	4	5	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	157	24649
4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	3	149	22201
121	137	143	131	130	116	140	133	118	109	133	142	135	135	147	116	4527	684561
505	633	687	579	576	470	660	597	484	415	603	678	619	617	723	478		



Variabel	Var. Butir
Var 1	0.222222
Var 2	0.178889
Var 3	0.432222
Var 4	0.466667
Var 5	0.715556
Var 6	0.498889
Var 7	0.432222
Var 8	0.933333
Var 9	0.848889
Var 10	0.445556
Var 11	0.245556
Var 12	0.245556
Var 13	0.378889
Var 14	0.715556
Var 15	0.222222
Var 16	0.306667
Var 17	0.138889
Var 18	0.76
Var 19	0.488889
Var 20	0.565556
Var 21	0.245556
Var 22	0.178889
Var 23	0.232222
Var 24	0.422222
Var 25	0.715556
Var 26	0.222222
Var 27	0.245556
Var 28	0.662222
Var 29	0.632222
Var 30	0.445556
Var 31	0.195556
Var 32	0.383333
Var 33	0.316667
Var 34	0.09
Var 35	0.982222
<b>Total</b>	<b>15.212226</b>

**Varians Total = 47.89**

**Reliabilitas = 0.779829**



**Tabel Faktor Y**

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
1	36	30	12	32	33	16	159
2	36	29	11	31	31	17	155
3	36	26	10	27	33	17	149
4	39	23	10	34	29	19	154
5	34	24	13	30	29	17	147
6	33	28	10	30	25	13	139
7	37	30	13	29	33	18	160
8	37	29	11	34	33	16	160
9	39	27	14	33	32	18	163
10	37	27	7	32	26	18	147
11	38	26	8	27	29	16	144
12	30	29	12	31	30	18	150
13	33	28	11	34	31	18	155
14	39	27	9	30	29	11	145
15	39	28	11	28	30	18	154
16	39	28	12	34	29	18	160
17	37	26	12	32	27	18	152
18	34	30	9	32	27	16	148
19	36	27	11	27	30	15	146
20	37	30	9	33	28	14	151
21	33	25	10	28	30	14	140
22	34	26	9	31	33	15	148
23	40	26	7	28	20	16	137
24	35	26	11	31	33	19	155
25	35	30	12	30	32	18	157
26	39	27	12	34	30	17	159
27	36	30	9	29	26	18	148
28	35	23	12	29	24	16	139
29	38	29	11	32	30	17	157
30	34	29	9	31	30	16	149
<b>TOTAL</b>	<b>1085</b>	<b>823</b>	<b>317</b>	<b>923</b>	<b>882</b>	<b>497</b>	<b>4527</b>

**Tabel Faktor Y<sup>2</sup>**

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total
1	1296	900	144	1024	1089	256	4709
2	1296	841	121	961	961	289	4469
3	1296	676	100	729	1089	289	4179
4	1521	529	100	1156	841	361	4508
5	1156	576	169	900	841	289	3931
6	1089	784	100	900	625	169	3667
7	1369	900	169	841	1089	324	4692
8	1369	841	121	1156	1089	256	4832
9	1521	729	196	1089	1024	324	4883
10	1369	729	49	1024	676	324	4171
11	1444	676	64	729	841	256	4010
12	900	841	144	961	900	324	4070
13	1089	784	121	1156	961	324	4435
14	1521	729	81	900	841	121	4193
15	1521	784	121	784	900	324	4434
16	1521	784	144	1156	841	324	4770
17	1369	676	144	1024	729	324	4266
18	1156	900	81	1024	729	256	4146
19	1296	729	121	729	900	225	4000
20	1369	900	81	1089	784	196	4419
21	1089	625	100	784	900	196	3694
22	1156	676	81	961	1089	225	4188
23	1600	676	49	784	400	256	3765
24	1225	676	121	961	1089	361	4433
25	1225	900	144	900	1024	324	4517
26	1521	729	144	1156	900	289	4739
27	1296	900	81	841	676	324	4118
28	1225	529	144	841	576	256	3571
29	1444	841	121	1024	900	289	4619
30	1156	841	81	961	900	256	4195
<b>TOTAL</b>	<b>39405</b>	<b>22701</b>	<b>3437</b>	<b>28545</b>	<b>26204</b>	<b>8331</b>	<b>128623</b>

**Tabel Faktor X.Y**

Responden	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6	Var7	Var8	Var9	Var10	Var11	Var12	Var13	Var14	Var15	Var16	Var17	Var18
1	180	150	128	132	132	144	64	150	48	144	160	144	150	165	150	160	180	48
2	180	145	124	124	124	144	68	116	44	180	155	144	145	124	145	124	180	33
3	144	130	108	165	165	180	68	104	30	144	108	144	104	165	104	108	180	30
4	195	92	170	116	145	156	95	69	30	195	170	195	92	116	92	170	195	40
5	136	96	150	116	116	102	68	96	52	170	120	170	96	116	96	120	170	52
6	132	140	120	100	100	165	39	84	20	132	150	132	140	75	140	120	132	40
7	185	150	87	165	165	148	72	150	52	185	145	148	150	132	150	116	185	65
8	185	145	170	165	165	148	48	116	33	148	170	148	145	165	145	170	185	44
9	195	108	165	128	160	195	90	108	70	195	132	195	135	160	135	165	195	70
10	185	135	160	78	104	148	72	135	7	185	128	185	108	52	108	160	185	28
11	190	130	108	116	116	152	64	52	16	152	108	190	104	116	130	108	190	24
12	120	145	124	120	150	90	72	116	36	120	155	120	145	150	145	124	120	48
13	132	112	136	155	155	165	90	140	33	99	170	132	140	124	140	170	132	44
14	195	108	120	116	87	195	33	108	27	195	120	195	135	145	135	120	195	18
15	195	140	112	120	150	156	72	140	44	195	112	195	140	120	112	112	195	44
16	195	140	170	116	116	156	72	140	48	195	170	195	140	116	112	170	195	48
17	185	130	160	54	81	185	90	78	36	148	160	148	78	108	130	160	185	60
18	136	150	160	135	54	102	64	150	36	136	160	170	150	135	150	96	170	18
19	180	135	81	90	120	108	60	108	44	180	108	180	135	150	108	108	144	33
20	185	150	132	112	112	148	42	150	27	185	165	148	150	84	150	132	185	36
21	132	100	112	120	150	132	42	75	20	99	112	165	100	120	125	112	165	40
22	170	130	155	165	165	102	45	78	9	102	155	170	78	165	130	155	136	45
23	200	130	140	60	40	200	80	104	21	200	112	200	104	40	104	112	200	14
24	140	130	124	132	132	140	95	104	33	140	124	175	104	165	104	124	175	55
25	175	150	150	128	128	105	72	150	36	140	120	140	150	128	150	150	175	60
26	195	135	170	120	150	156	68	108	48	195	170	195	135	120	108	170	195	48
27	180	150	116	104	104	144	72	150	18	180	116	144	150	78	150	116	180	36
28	140	92	87	72	72	105	80	23	48	140	145	175	92	96	115	145	175	36
29	190	145	160	120	120	152	68	116	33	190	160	190	145	150	145	128	190	44
30	136	145	155	120	120	102	64	116	27	170	155	136	145	120	145	155	170	27
TOTAL	5088	3938	4054	3564	3698	4325	2029	3334	1026	4839	4235	4968	3785	3700	3853	4080	5259	1228

Var19	Var20	Var21	Var22	Var23	Var24	Var25	Var26	Var27	Var28	Var29	Var30	Var31	Var32	Var33	Var34	Var35	TOTAL	TOTAL^2
64	165	160	150	180	64	165	150	128	128	48	144	165	165	160	180	64	4709	22174681
68	155	155	145	144	85	124	145	124	124	44	144	155	155	155	180	68	4469	19971961
85	132	108	130	144	85	165	104	108	81	40	180	132	165	108	180	51	4179	17464041
95	116	170	92	195	76	87	92	170	136	30	195	145	116	170	195	95	4508	20322064
85	116	150	96	136	68	116	96	150	90	65	136	145	116	120	136	68	3931	15452761
39	75	120	140	132	65	75	140	150	90	40	99	100	100	150	165	26	3667	13446889
72	165	116	150	148	90	132	150	116	145	52	185	165	165	116	185	90	4692	22014864
64	132	170	145	185	80	132	145	136	170	44	185	165	165	170	185	64	4832	23348224
90	96	165	108	156	72	160	135	165	132	56	195	160	160	165	195	72	4883	23843689
90	104	160	135	148	72	104	108	160	128	14	148	130	104	128	185	90	4171	17397241
64	87	108	130	190	48	145	130	108	81	24	190	116	145	108	190	80	4010	16080100
90	120	124	145	120	90	60	145	124	155	60	90	150	150	155	120	72	4070	16564900
90	93	170	112	132	72	155	140	170	170	44	132	155	124	170	165	72	4435	19669225
33	116	120	108	156	44	87	135	150	150	36	195	145	145	120	195	11	4193	17581249
72	120	112	140	195	90	120	112	112	112	33	195	150	120	112	195	90	4434	19660356
90	87	170	140	195	90	116	112	170	136	48	195	145	145	170	195	72	4770	22752900
90	135	128	130	185	72	108	130	128	128	48	148	108	135	160	185	72	4266	18198756
80	108	160	150	136	64	81	150	160	128	27	136	135	81	160	170	48	4146	17189316
60	150	135	135	144	60	120	108	108	108	44	180	150	120	81	180	45	4000	16000000
56	140	165	150	148	42	112	150	165	165	18	185	112	112	165	185	56	4419	19527561
42	120	112	100	132	56	90	125	112	112	40	132	150	150	112	132	56	3694	13645636
45	132	155	130	170	60	132	130	124	62	27	136	165	165	155	170	75	4188	17539344
80	60	140	130	200	64	60	104	112	56	14	200	80	60	112	200	32	3765	14175225
95	165	155	130	140	95	165	104	155	155	33	140	165	165	124	175	76	4433	19651489
90	160	120	150	140	90	160	150	120	120	48	175	160	160	120	175	72	4517	20403289
68	120	170	135	195	68	120	108	170	136	48	195	150	120	170	195	85	4739	22458121
72	78	116	150	180	90	104	150	145	116	27	108	104	104	116	180	90	4118	16957924
80	72	116	92	140	48	72	115	116	87	60	175	96	96	145	175	48	3571	12752041
68	150	160	145	152	85	60	145	128	128	44	190	150	150	160	190	68	4619	21335161
64	120	124	145	136	80	120	145	124	124	27	136	150	150	124	170	48	4195	17598025
2181	3589	4234	3938	4754	2165	3447	3853	4108	3653	1183	4844	4198	4008	4181	5328	1956	128623	555177033

**Tabel Faktor X**

Responden	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6	Var7	Var8	Var9	Var10	Var11	Var12	Var13	Var14	Var15	Var16	Var17	Var18
1	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4
2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3
3	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	3
4	5	4	5	4	5	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4
5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4
6	4	5	4	4	4	5	3	3	2	4	5	4	5	3	5	4	4	4
7	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
8	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4
9	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
10	5	5	5	3	4	4	4	5	1	5	4	5	4	2	4	5	5	4
11	5	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	5	4	4	5	4	5	3
12	4	5	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4
13	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	4	5	5	4	4
14	5	4	4	4	3	5	3	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	2
15	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
16	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
17	5	5	5	2	3	5	5	3	3	4	5	4	3	4	5	5	5	5
18	4	5	5	5	2	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	2
19	5	5	3	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3
20	5	5	4	4	4	4	3	5	3	5	5	4	5	3	5	4	5	4
21	4	4	4	4	5	4	3	3	2	3	4	5	4	4	5	4	5	4
22	5	5	5	5	5	3	3	3	1	3	5	5	3	5	5	5	4	5
23	5	5	5	3	2	5	5	4	3	5	4	5	4	2	4	4	5	2
24	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5
25	5	5	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5
26	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
27	5	5	4	4	4	4	4	5	2	5	4	4	5	3	5	4	5	4
28	4	4	3	3	3	3	5	1	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3
29	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4
30	4	5	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	3
<b>TOTAL</b>	140	143	131	120	124	119	121	120	94	133	137	137	137	124	140	132	145	114

Var19	Var20	Var21	Var22	Var23	Var24	Var25	Var26	Var27	Var28	Var29	Var30	Var31	Var32	Var33	Var34	Var35	TOTAL	TOTAL^2
4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	159	25281
4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	155	24025
5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	3	149	22201
5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	5	4	5	5	5	154	23716
5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	147	21609
3	3	4	5	4	5	3	5	5	3	4	3	4	4	5	5	2	139	19321
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	160	25600
4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	160	25600
5	3	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	163	26569
5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	5	5	147	21609
4	3	4	5	5	3	5	5	4	3	3	5	4	5	4	5	5	144	20736
5	4	4	5	4	5	2	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	150	22500
5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	155	24025
3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	1	145	21025
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	154	23716
5	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	160	25600
5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	152	23104
5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	3	4	5	3	5	5	3	148	21904
4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	3	146	21316
4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	2	5	4	4	5	5	4	151	22801
3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	140	19600
3	4	5	5	5	4	4	5	4	2	3	4	5	5	5	5	5	148	21904
5	3	5	5	5	4	3	4	4	2	2	5	4	3	4	5	2	137	18769
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	4	155	24025
5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	157	24649
4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	159	25281
4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	5	148	21904
5	3	4	4	4	3	3	5	4	3	5	5	4	4	5	5	3	139	19321
4	5	5	5	4	5	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	157	24649
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	3	149	22201
130	121	137	143	131	130	116	140	133	118	109	133	142	135	135	147	116	4527	684561

**Tabel Faktor X<sup>2</sup>**

Responden	Var1	Var2	Var3	Var4	Var5	Var6	Var7	Var8	Var9	Var10	Var11	Var12	Var13	Var14	Var15	Var16	Var17	Var18
1	25	25	16	16	16	16	16	25	16	16	25	16	25	25	25	25	25	16
2	25	25	16	16	16	16	16	16	16	25	25	16	25	16	25	16	25	9
3	16	25	16	25	25	25	16	16	9	16	16	16	16	25	16	16	25	9
4	25	16	25	16	25	16	25	9	9	25	25	25	16	16	16	25	25	16
5	16	16	25	16	16	9	16	16	16	25	16	25	16	16	16	16	25	16
6	16	25	16	16	16	25	9	9	4	16	25	16	25	9	25	16	16	16
7	25	25	9	25	25	16	16	25	16	25	25	16	25	16	25	16	25	25
8	25	25	25	25	25	16	9	16	9	16	25	16	25	25	25	25	25	16
9	25	16	25	16	25	25	25	16	25	25	16	25	25	25	25	25	25	25
10	25	25	25	9	16	16	16	25	1	25	16	25	16	4	16	25	25	16
11	25	25	16	16	16	16	16	4	4	16	16	25	16	16	25	16	25	9
12	16	25	16	16	25	9	16	16	9	16	25	16	25	25	25	16	16	16
13	16	16	16	25	25	25	25	25	9	9	25	16	25	16	25	25	16	16
14	25	16	16	16	9	25	9	16	9	25	16	25	25	25	25	16	25	4
15	25	25	16	16	25	16	16	25	16	25	16	25	25	16	16	16	25	16
16	25	25	25	16	16	16	16	25	16	25	25	25	25	16	16	25	25	16
17	25	25	25	4	9	25	25	9	9	16	25	16	9	16	25	25	25	25
18	16	25	25	25	4	9	16	25	16	16	25	25	25	25	25	9	25	4
19	25	25	9	9	16	9	16	16	16	25	16	25	25	25	16	16	16	9
20	25	25	16	16	16	16	9	25	9	25	25	16	25	9	25	16	25	16
21	16	16	16	16	25	16	9	9	4	9	16	25	16	16	25	16	25	16
22	25	25	25	25	25	9	9	9	1	9	25	25	9	25	25	25	16	25
23	25	25	25	9	4	25	25	16	9	25	16	25	16	4	16	16	25	4
24	16	25	16	16	16	16	25	16	9	16	16	25	16	25	16	16	25	25
25	25	25	25	16	16	9	16	25	9	16	16	16	25	16	25	25	25	25
26	25	25	25	16	25	16	16	16	16	25	25	25	25	16	16	25	25	16
27	25	25	16	16	16	16	16	25	4	25	16	16	25	9	25	16	25	16
28	16	16	9	9	9	9	25	1	16	16	25	25	16	16	25	25	25	9
29	25	25	25	16	16	16	16	16	9	25	25	25	25	25	25	16	25	16
30	16	25	25	16	16	9	16	16	9	25	25	16	25	16	25	25	25	9
<b>TOTAL</b>	660	687	585	494	534	487	501	508	320	603	633	633	637	534	660	590	705	456

Var19	Var20	Var21	Var22	Var23	Var24	Var25	Var26	Var27	Var28	Var29	Var30	Var31	Var32	Var33	Var34	Var35	TOTAL
16	25	25	25	25	16	25	25	16	16	16	16	25	25	25	25	16	731
16	25	25	25	16	25	16	25	16	16	16	16	25	25	25	25	16	697
25	16	16	25	16	25	25	16	16	9	16	25	16	25	16	25	9	649
25	16	25	16	25	16	9	16	25	16	9	25	25	16	25	25	25	694
25	16	25	16	16	16	16	16	25	9	25	16	25	16	16	16	16	627
9	9	16	25	16	25	9	25	25	9	16	9	16	16	25	25	4	579
16	25	16	25	16	25	16	25	16	25	16	25	25	25	16	25	25	742
16	16	25	25	25	25	16	25	16	25	16	25	25	25	25	25	16	744
25	9	25	16	16	16	25	25	25	16	16	25	25	25	25	25	16	769
25	16	25	25	16	16	16	16	25	16	4	16	25	16	16	25	25	649
16	9	16	25	25	9	25	25	16	9	9	25	16	25	16	25	25	618
25	16	16	25	16	25	4	25	16	25	25	9	25	25	25	16	16	662
25	9	25	16	16	16	25	25	25	25	16	16	25	16	25	25	16	701
9	16	16	16	16	16	9	25	25	25	16	25	25	25	16	25	1	633
16	16	16	25	25	25	16	16	16	16	9	25	25	16	16	25	25	688
25	9	25	25	25	25	16	16	25	16	16	25	25	25	25	25	16	742
25	25	16	25	25	16	16	25	16	16	16	16	16	25	25	25	16	682
25	16	25	25	16	16	9	25	25	16	9	16	25	9	25	25	9	656
16	25	25	25	16	16	16	16	16	16	16	25	25	16	9	25	9	626
16	25	25	25	16	9	16	25	25	25	4	25	16	16	25	25	16	673
9	16	16	16	16	16	9	25	16	16	16	16	25	25	16	16	16	576
9	16	25	25	25	16	16	25	16	4	9	16	25	25	25	25	25	664
25	9	25	25	25	16	9	16	16	4	4	25	16	9	16	25	4	579
25	25	25	25	16	25	25	16	25	25	9	16	25	25	16	25	16	699
25	25	16	25	16	25	25	25	16	16	16	25	25	25	16	25	16	717
16	16	25	25	25	16	16	16	25	16	16	25	25	16	25	25	25	731
16	9	16	25	25	25	16	25	25	16	9	9	16	16	16	25	25	646
25	9	16	16	16	9	9	25	16	9	25	25	16	16	25	25	9	583
16	25	25	25	16	25	4	25	16	16	16	25	25	25	25	25	16	721
16	16	16	25	16	25	16	25	16	16	9	16	25	25	16	25	9	651
578	505	633	687	579	576	470	660	597	484	415	603	678	619	617	723	478	20129