

LAMPIRAN A

- 🌀 Form Validitas Konstruksi
- 🌀 Hasil Uji Validitas Konstruksi

FORM VALIDITAS KONSTRUKSI

FORM VALIDITAS KONSTRUKSI

FORM VALIDITAS KONSTRUKSI

FORM VALIDITAS KONSTRUKSI

HASIL UJI VALIDITAS KONSTRUKSI

No.	Variabel
Produk (Product)	
1	Menu makanan yang bervariasi (mis : Eropa, Indonesia, Jepang)
2	Menu minuman yang bervariasi
3	Rasa dari makanan
4	Rasa dari minuman
5	Jaminan kehalalan
6	Adanya daftar menu yang jelas
7	Bahan yang digunakan segar
8	Porsi makanan yang sesuai dengan harga
9	Porsi minuman yang sesuai dengan harga
10	Makanan terjamin kebersihannya
11	Minuman terjamin kebersihannya
12	Menu makanan yang sehat (mis : tidak menggunakan MSG)
13	Pengelola <i>cafe</i> cepat tanggap terhadap perubahan (mis : menu makanan yang baru)
14	Ketersediaan makanan sesuai dengan menu yang ada
15	Ketersediaan minuman sesuai dengan menu yang ada
16	Ketersediaan bahan pelengkap (mis : garam, kecap)
17	Dapat digunakan untuk acara (<i>event</i>) tertentu
Harga (Price)	
18	Harga makanan yang bersaing
19	Harga minuman yang bersaing
20	Pemberian pajak yang tidak melebihi 15 % (<i>tax 10%, service 5%</i>)
21	Adanya daftar harga untuk tiap menu
Tempat (Place)	
22	Lokasi <i>cafe</i> yang mudah dijangkau
23	Adanya papan nama
24	Keamanan kendaraan konsumen
25	Kenyamanan suasana <i>cafe</i>
26	Kemudahan transportasi umum yang melewati <i>cafe</i>
Promosi (Promotion)	
27	Promosi melalui pembagian brosur
28	Promosi melalui pemasangan iklan di koran
29	Promosi melalui pemasangan iklan di majalah
30	Promosi melalui pemasangan iklan di radio
31	Promosi melalui pemasangan iklan di televisi
32	Promosi melalui pemasangan iklan di spanduk
33	Adanya diskon untuk sejumlah pembelian tertentu
34	Adanya bonus lebih untuk pembelian dalam jumlah yang besar (mis : minuman gratis, souvenir)
35	Pemberian <i>voucher</i> untuk pembelian berikutnya

No.	Variabel
Sumber Daya Manusia (<i>People</i>)	
36	Karyawan bersikap ramah dalam memberikan pelayanan
37	Karyawan bersikap sopan dalam memberikan pelayanan
38	Kerapian pakaian yang digunakan oleh karyawan
39	Karyawan yang cepat tanggap akan keluhan dari konsumennya
40	Kasir jujur dalam menghitung jumlah pesanan
41	Ketepatan kasir dalam menghitung harga sesuai dengan daftar menu yang ada
42	Karyawan mampu memberi penjelasan tentang menu makanan yang ada
43	Karyawan mampu memberi penjelasan tentang menu minuman yang ada
44	Karyawan memberikan pelayanan tanpa membedakan status
Bukti Fisik (<i>Physical evidence</i>)	
45	Tersedianya gambar dari menu makanan yang ditawarkan
46	Tersedianya gambar dari menu minuman yang ditawarkan
47	Kebersihan <i>cafe</i>
48	Kondisi penerangan <i>cafe</i> yang baik
49	Terdapat <i>live music</i>
50	Terdapat <i>area smoking</i> dan <i>non-smoking</i> untuk pengunjung
51	Penataan tempat duduk yang rapi
52	Desain interior yang menarik
53	Desain eksterior yang menarik
54	Tempat duduk dan meja yang nyaman
55	Tersedianya AC (<i>air condition</i>)
56	Tersedia tempat parkir yang memadai
57	Tersedianya fasilitas <i>hotspot</i>
58	Tersedianya toilet
59	Kebersihan toilet
Proses (<i>Process</i>)	
60	Terjalannya komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen
61	Proses pembuatan makanan yang cepat
62	Proses pembuatan minuman yang cepat
63	Pembayaran dapat menggunakan kartu kredit / debit / <i>cash</i>
64	Adanya layanan via telepon untuk pemesanan tempat
65	Adanya layanan <i>online</i> untuk pemesanan tempat
66	<i>Cafe</i> buka dan tutup tepat pada waktunya

Apakah ada variabel lain yang menjadi bahan pertimbangan Anda ?

Berilah tanda silang (X) dalam tanda kurung pada jawaban yang sesuai dengan Anda.

1. Sebutkan *cafe* di kota Bandung yang sering Anda datangi ? (**daerah Surya Sumantri, Dago dan Sukajadi**)

2. Apa yang membuat Anda sering datang kembali ke *cafe* yang telah disebutkan diatas ?

3. Kekurangan apa saja yang masih dapat Anda tolerir setelah Anda menggunakan jasa *cafe* diatas ?

4. Sebutkan *cafe* lain yang pernah Anda datangi, tetapi untuk selanjutnya Anda tidak akan mendatangi *cafe* tersebut lagi ? (**daerah Surya Sumantri, Dago dan Sukajadi**)

5. Apa yang membuat Anda memutuskan bahwa Anda tidak akan mendatangi *cafe* itu lagi ?

6. Ketika Anda datang ke sebuah *cafe* dan *cafe* tersebut sedang ramai atau ada acara tertentu sehingga Anda **tidak mendapatkan tempat duduk**. Apakah Anda akan **menunggu sampai Anda mendapatkan tempat duduk** ?

() Ya, lanjut ke *point* 7 () Tidak, lanjut ke *point* 8

7. Jika Anda memutuskan untuk menunggu, berapa lama Anda akan menunggu ?

- () Menunggu < 15 menit
() 15 menit ≤ Menunggu < 30 menit
() 30 menit ≤ Menunggu < 1 jam
() Menunggu > 1 jam

8. Ketika Anda datang ke sebuah *cafe* dan *cafe* tersebut sedang ramai atau ada acara tertentu sehingga **menu pesanan Anda datang lebih lama dari biasanya**. Apakah Anda akan **menunggu sampai pesanan Anda datang** ?

() Ya, lanjut ke *point* 9 () Tidak, lanjut ke *point* 10

9. Jika Anda memutuskan untuk menunggu, berapa lama Anda akan menunggu ?
- () Menunggu < 10 menit
 - () 10 menit \leq Menunggu < 15 menit
 - () Menunggu > 15 menit
10. Anda telah memesan beberapa menu di suatu *cafe* dan pada saat itu juga karyawan *cafe* **langsung** mengatakan bahwa menu yang Anda pesan telah habis. Apa yang akan Anda lakukan ?
- () Mengganti dengan menu yang lain
 - () Tidak jadi memesan, lalu pergi ketempat lain
 - () Lainnya _____
11. Anda telah memesan beberapa menu di suatu *cafe* dan ternyata **setelah beberapa saat** karyawan *cafe* memberitahukan bahwa menu yang Anda pesan telah habis. Apa yang akan Anda lakukan ?
- () Mengganti dengan menu yang lain
 - () Tidak jadi memesan, lalu pergi ketempat lain
 - () Lainnya _____
12. Apa yang akan Anda lakukan ketika *cafe* yang Anda datangi ternyata tutup ?
- () Cari *cafe* lain yang ada disekitar daerah tersebut
 - () Pulang
 - () Lainnya _____
13. Selain promosi melalui koran, majalah, radio, TV, spanduk, brosur, pemberian diskon, dan *voucher*. Promosi dalam bentuk apa yang lebih Anda sukai ?
- _____
- _____
14. Kesan seperti apa yang membuat Anda tertarik atau berminat untuk mendatangi sebuah *cafe* ? (mis : *cafe* dengan suasana yang romantis)
- _____
- _____

15. Berdasarkan pengalaman maupun informasi yang Anda terima, menurut Anda apa saja yang seharusnya ada pada sebuah *cafe* ?

16. Dari pengalaman Anda, apakah terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang Anda rasakan terhadap jasa sebuah *cafe* ?

Ya Tidak

17. Jika ada, kesenjangan seperti apa yang Anda rasakan ? Apakah melebihi yang diharapkan atau sebaliknya ?

Melebihi dari apa yang diharapkan, dalam hal _____

Kurang dari apa yang diharapkan, dalam hal _____

18. Jasa-jasa seperti apa yang Anda harapkan dari sebuah *cafe* ? (mis : adanya paket hemat)

LAMPIRAN B

Ⓢ Kuesioner Pendahuluan

Ⓢ Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENDAHULUAN

Responden yang terhormat,

Saya mengharapkan bantuan Anda untuk mengisi kuesioner pendahuluan ini untuk mengetahui variabel-variabel apa saja yang penting bagi Anda dalam memilih suatu *cafe*. Atas partisipasi dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Bagian I :

Berilah tanda *checklist* (✓) pada kolom sebelah kanan untuk mengetahui variabel apa saja yang menurut Anda **penting** dan **tidak penting** dalam memilih suatu *cafe*.

No.	Variabel	Penting	Tidak Penting
1	Menu makanan yang bervariasi (mis : Eropa, Indonesia, Jepang)		
2	Menu minuman yang bervariasi		
3	Rasa dari makanan		
4	Rasa dari minuman		
5	Jaminan kehalalan		
6	Adanya daftar menu yang jelas		
7	Bahan yang digunakan segar		
8	Porsi makanan yang sesuai dengan harga		
9	Porsi minuman yang sesuai dengan harga		
10	Makanan terjamin kebersihannya		
11	Minuman terjamin kebersihannya		
12	Menu makanan yang sehat (mis : tidak menggunakan MSG)		
13	Pengelola <i>cafe</i> cepat tanggap terhadap perubahan (mis : menu makanan yang baru)		
14	Ketersediaan makanan sesuai dengan menu yang ada		
15	Ketersediaan minuman sesuai dengan menu yang ada		
16	Ketersediaan bahan pelengkap (mis : garam, kecap)		
17	Dapat digunakan untuk acara (<i>event</i>) tertentu		
18	Harga makanan yang bersaing		
19	Harga minuman yang bersaing		
20	Pemberian pajak yang tidak melebihi 15 % (<i>tax</i> 10%, <i>service</i> 5%)		
21	Adanya daftar harga untuk tiap menu		
22	Lokasi <i>cafe</i> yang mudah dijangkau		
23	Adanya papan nama		
24	Keamanan kendaraan konsumen		
25	Kenyamanan suasana <i>cafe</i>		
26	Kemudahan transportasi umum yang melewati <i>cafe</i>		
27	Promosi melalui pembagian brosur		
28	Promosi melalui pemasangan iklan di koran		
29	Promosi melalui pemasangan iklan di majalah		
30	Promosi melalui pemasangan iklan di radio		
31	Promosi melalui pemasangan iklan di televisi		
32	Promosi melalui pemasangan iklan di spanduk		
33	Adanya diskon untuk sejumlah pembelian tertentu		
34	Adanya bonus lebih untuk pembelian dalam jumlah yang besar (mis : minuman gratis, souvenir)		

No.	Variabel	Penting	Tidak Penting
35	Pemberian <i>voucher</i> untuk pembelian berikutnya		
36	Karyawan bersikap ramah dalam memberikan pelayanan		
37	Karyawan bersikap sopan dalam memberikan pelayanan		
38	Kerapian pakaian yang digunakan oleh karyawan		
39	Karyawan yang cepat tanggap akan keluhan dari konsumennya		
40	Kasir jujur dalam menghitung jumlah pesanan		
41	Ketepatan kasir dalam menghitung harga sesuai dengan daftar menu yang ada		
42	Karyawan mampu memberi penjelasan tentang menu makanan yang ada		
43	Karyawan mampu memberi penjelasan tentang menu minuman yang ada		
44	Karyawan memberikan pelayanan tanpa membedakan status		
45	Tersedianya gambar dari menu makanan yang ditawarkan		
46	Tersedianya gambar dari menu minuman yang ditawarkan		
47	Kebersihan <i>cafe</i>		
48	Kondisi penerangan <i>cafe</i> yang baik		
49	Terdapat <i>live music</i>		
50	Terdapat <i>area smoking</i> dan <i>non-smoking</i> untuk pengunjung		
51	Penataan tempat duduk yang rapi		
52	Desain interior yang menarik		
53	Desain eksterior yang menarik		
54	Tempat duduk dan meja yang nyaman		
55	Tersedianya AC (<i>air condition</i>)		
56	Tersedia tempat parkir yang memadai		
57	Tersedianya fasilitas <i>hotspot</i>		
58	Tersedianya toilet		
59	Kebersihan toilet		
60	Terjalannya komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen		
61	Proses pembuatan makanan yang cepat		
62	Proses pembuatan minuman yang cepat		
63	Pembayaran dapat menggunakan kartu kredit / debit / <i>cash</i>		
64	Adanya layanan via telepon untuk pemesanan tempat		
65	Adanya layanan <i>online</i> untuk pemesanan tempat		
66	<i>Cafe</i> buka dan tutup tepat pada waktunya		

Apakah ada variabel lain yang menjadi bahan pertimbangan Anda ?

Bagian II :

Berilah tanda silang (X) dalam tanda kurung pada jawaban yang sesuai dengan Anda.

19. Sebutkan *cafe* di kota Bandung yang sering Anda datangi ? (**daerah Surya Sumantri, Dago dan Sukajadi**)

20. Apa yang membuat Anda sering datang kembali ke *cafe* yang telah disebutkan diatas ?

21. Kekurangan apa saja yang masih dapat Anda tolerir setelah Anda menggunakan jasa *cafe* diatas ?

22. Sebutkan *cafe* lain yang pernah Anda datangi, tetapi untuk selanjutnya Anda tidak akan mendatangi *cafe* tersebut lagi ? (**daerah Surya Sumantri, Dago dan Sukajadi**)

23. Apa yang membuat Anda memutuskan bahwa Anda tidak akan mendatangi *cafe* itu lagi ?

24. Ketika Anda datang ke sebuah *cafe* dan *cafe* tersebut sedang ramai atau ada acara tertentu sehingga Anda **tidak mendapatkan tempat duduk**. Apakah Anda akan **menunggu sampai Anda mendapatkan tempat duduk** ?

() Ya, lanjut ke *point* 7 () Tidak, lanjut ke *point* 8

25. Jika Anda memutuskan untuk menunggu, berapa lama Anda akan menunggu ?

- () Menunggu < 15 menit
() 15 menit ≤ Menunggu < 30 menit
() 30 menit ≤ Menunggu < 1 jam
() Menunggu > 1 jam

26. Ketika Anda datang ke sebuah *cafe* dan *cafe* tersebut sedang ramai atau ada acara tertentu sehingga **menu pesanan Anda datang lebih lama dari biasanya**. Apakah Anda akan **menunggu sampai pesanan Anda datang** ?

() Ya, lanjut ke *point* 9 () Tidak, lanjut ke *point* 10

27. Jika Anda memutuskan untuk menunggu, berapa lama Anda akan menunggu ?

- () Menunggu < 10 menit
() 10 menit ≤ Menunggu < 15 menit

- () Menunggu > 15 menit
28. Anda telah memesan beberapa menu di suatu *cafe* dan pada saat itu juga karyawan *cafe* **langsung** mengatakan bahwa menu yang Anda pesan telah habis. Apa yang akan Anda lakukan ?
- () Mengganti dengan menu yang lain
- () Tidak jadi memesan, lalu pergi ketempat lain
- () Lainnya _____
29. Anda telah memesan beberapa menu di suatu *cafe* dan ternyata **setelah beberapa saat** karyawan *cafe* memberitahukan bahwa menu yang Anda pesan telah habis. Apa yang akan Anda lakukan ?
- () Mengganti dengan menu yang lain
- () Tidak jadi memesan, lalu pergi ketempat lain
- () Lainnya _____
30. Apa yang akan Anda lakukan ketika *cafe* yang Anda datangi ternyata tutup ?
- () Cari *cafe* lain yang ada disekitar daerah tersebut
- () Pulang
- () Lainnya _____
31. Selain promosi melalui koran, majalah, radio, TV, spanduk, brosur, pemberian diskon, dan *voucher*. Promosi dalam bentuk apa yang lebih Anda sukai ?
- _____
- _____
32. Kesan seperti apa yang membuat Anda tertarik atau berminat untuk mendatangi sebuah *cafe* ? (mis : *cafe* dengan suasana yang romantis)
- _____
- _____
33. Berdasarkan pengalaman maupun informasi yang Anda terima, menurut Anda apa saja yang seharusnya ada pada sebuah *cafe* ?
- _____
- _____
34. Dari pengalaman Anda, apakah terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang Anda rasakan terhadap jasa sebuah *cafe* ?

() Ya () Tidak

35. Jika ada, kesenjangan seperti apa yang Anda rasakan ? Apakah melebihi yang diharapkan atau sebaliknya ?

Melebihi dari apa yang diharapkan, dalam hal _____

Kurang dari apa yang diharapkan, dalam hal _____

36. Jasa-jasa seperti apa yang Anda harapkan dari sebuah *cafe* ? (mis : adanya paket hemat)

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri, Universitas Kristen Maranatha, saya mengharapkan bantuan Anda untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas partisipasi dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Lydia Nelly

Bagian I :

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan Anda.

1. Jenis kelamin Anda?
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Berapa umur Anda saat ini?
 - a. $16 \leq \text{Umur} < 20$ tahun
 - b. $20 \leq \text{Umur} < 35$ tahun
 - c. $35 \leq \text{Umur} < 45$ tahun
 - d. $\text{Umur} \geq 45$ tahun
3. Apakah pekerjaan Anda?
 - a. Pelajar / mahasiswa
 - b. Karyawan
 - c. Wiraswasta
 - d. Lainnya _____
4. Jika Anda pelajar / mahasiswa, berapa uang saku Anda per bulan?
 - a. Uang saku $< \text{Rp } 400.000$
 - b. $\text{Rp } 400.000 \leq \text{Uang saku} < \text{Rp } 600.000$
 - c. $\text{Rp } 600.000 \leq \text{Uang saku} < \text{Rp } 1.000.000$
 - d. $\text{Rp } 1.000.000 \leq \text{Uang saku} < \text{Rp } 1.500.000$
 - e. Uang saku $\geq \text{Rp } 1.500.000$

5. Jika Anda bukan pelajar, berapa pendapatan Anda per bulan?
- Pendapatan < Rp 1.000.000
 - Rp 1.000.000 ≤ Pendapatan < Rp 2.000.000
 - Rp 2.000.000 ≤ Pendapatan < Rp 5.000.000
 - Rp 5.000.000 ≤ Pendapatan < Rp 10.000.000
 - Pendapatan ≥ Rp 10.000.000
6. Apa tujuan Anda datang ke *cafe*? **(jawaban boleh lebih dari satu)**
- () Makan
- () Hiburan
- () Bisnis
- () Acara tertentu
- () Lainnya _____
7. Apa yang membuat Anda tertarik datang ke suatu *cafe* tertentu? **(jawaban boleh lebih dari satu)**
- () Rekomendasi dari keluarga / orang lain
- () Pengalaman masa lalu
- () Iklan
- () Lainnya _____
8. Sebutkan *cafe* di kota Bandung yang sering Anda datangi? **(jawaban boleh lebih dari satu)**
- | | |
|--------------|------------------|
| a. Eye 2 Eye | f. View |
| b. Image | g. D'cost |
| c. Sierra | h. Tomodachi |
| d. Oh Lala | i. Starbuck |
| e. Valley | j. Lainnya _____ |
9. Sebutkan *cafe* lain yang pernah Anda datangi, tetapi untuk selanjutnya Anda tidak akan mendatangi *cafe* tersebut lagi? **(jawaban boleh lebih dari satu)**
- | | |
|--------------|------------------|
| a. Eye 2 Eye | e. D'cost |
| b. Image | f. Tomodachi |
| c. Valley | g. Lainnya _____ |
| d. View | |

-
10. Ketika Anda datang ke sebuah *cafe* dan *cafe* tersebut sedang ramai atau ada acara tertentu sehingga Anda **tidak mendapatkan tempat duduk**. Apakah Anda akan **menunggu sampai Anda mendapatkan tempat duduk**?
- Ya, lanjut ke *point* 11
 - Tidak, lanjut ke *point* 12
11. Jika Anda memutuskan untuk menunggu, berapa lama Anda akan menunggu?
- Menunggu < 15 menit
 - $15 \text{ menit} \leq \text{Menunggu} < 30 \text{ menit}$
 - $30 \text{ menit} \leq \text{Menunggu} < 1 \text{ jam}$
 - menunggu $\geq 1 \text{ jam}$
12. Ketika Anda datang ke sebuah *cafe* dan *cafe* tersebut sedang ramai atau ada acara tertentu sehingga **menu pesanan Anda datang lebih lama dari biasanya**. Apakah Anda akan **menunggu sampai pesanan Anda datang**?
- Ya, lanjut ke *point* 13
 - Tidak, lanjut ke *point* 14
13. Jika Anda memutuskan untuk menunggu, berapa lama Anda akan menunggu?
- Menunggu < 10 menit
 - $10 \text{ menit} \leq \text{Menunggu} < 15 \text{ menit}$
 - Menunggu $\geq 15 \text{ menit}$
14. Anda telah memesan beberapa menu di suatu *cafe* dan pada saat itu juga karyawan *cafe* **langsung** mengatakan bahwa menu yang Anda pesan telah habis. Apa yang akan Anda lakukan?
- Mengganti dengan menu yang lain
 - Tidak jadi memesan, lalu pergi ketempat lain
 - Jika yang dipesan menu favorite, maka tidak jadi memesan
15. Anda telah memesan beberapa menu di suatu *cafe* dan ternyata **setelah beberapa saat** karyawan *cafe* memberitahukan bahwa menu yang Anda pesan telah habis. Apa yang akan Anda lakukan?
- Mengganti dengan menu yang lain
 - Tidak jadi memesan, lalu pergi ketempat lain
 - Jika yang dipesan menu favorite, maka tidak jadi memesan

- d. Komplain terhadap karyawan kemudian pergi
16. Apa yang akan Anda lakukan ketika *cafe* yang Anda datangi ternyata tutup?
- Mencari *cafe* lain yang ada disekitar daerah tersebut
 - Mencari *cafe* lain, tidak hanya disekitar daerah tersebut
 - Mencari *cafe* lain yang menunya enak
 - Pulang
17. Kesan seperti apa yang membuat Anda tertarik atau berminat untuk mendatangi sebuah *cafe* ? **(jawaban boleh lebih dari satu)**
- Suasana yang nyaman
- Romantis
- Cafe* yang bersih
- Harga yang terjangkau
- Adanya *live music*
- Rasa makanan yang enak
- Karyawan yang ramah
- Pemandangan yang bagus
- Lainnya _____
18. Dari pengalaman Anda, apakah terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang Anda rasakan terhadap jasa sebuah *cafe*?
- Ya, lanjut ke *point* 19
 - Tidak
19. Jika ada, kesenjangan seperti apa yang Anda rasakan? Apakah melebihi yang diharapkan atau sebaliknya?
- Melebihi dari apa yang diharapkan, dalam hal _____
- Kurang dari apa yang diharapkan, dalam hal _____

Bagian II :

Berilah tanda *checklist* (✓) pada :

Kolom sebelah kanan untuk menunjukkan seberapa penting variabel tersebut bagi Anda dalam memilih sebuah *cafe* khususnya di daerah Surya Sumantri, Bandung.

SP = Sangat Penting

TP = Tidak Penting

P = Penting

STP = Sangat Tidak Penting

No.	Variabel	SP	P	TP	STP
1	Menu minuman yang bervariasi				
2	Rasa dari makanan				
3	Rasa dari minuman				
4	Adanya daftar menu yang jelas				
5	Bahan yang digunakan segar				
6	Porsi makanan yang sesuai dengan harga				
7	Porsi minuman yang sesuai dengan harga				
8	Makanan terjamin kebersihannya				
9	Minuman terjamin kebersihannya				
10	Ketersediaan makanan sesuai dengan menu yang ada				
11	Ketersediaan minuman sesuai dengan menu yang ada				
12	Pemberian pajak yang tidak melebihi 15 % (<i>tax</i> 10%, <i>service</i> 5%)				
13	Adanya daftar harga untuk tiap menu				
14	Lokasi <i>cafe</i> yang mudah dijangkau				
15	Keamanan kendaraan konsumen				
16	Kenyamanan suasana <i>cafe</i>				
17	Adanya diskon untuk sejumlah pembelian tertentu				
18	Karyawan bersikap ramah dalam memberikan pelayanan				
19	Karyawan bersikap sopan dalam memberikan pelayanan				
20	Kerapian pakaian yang digunakan oleh karyawan				
21	Karyawan yang cepat tanggap akan keluhan dari konsumennya				
22	Kasir jujur dalam menghitung jumlah pesanan				
23	Ketepatan kasir dalam menghitung harga sesuai dengan daftar menu yang ada				
24	Karyawan mampu memberi penjelasan tentang menu makanan yang ada				
25	Karyawan mampu memberi penjelasan tentang menu minuman yang ada				
26	Karyawan memberikan pelayanan tanpa membedakan status				
27	Kebersihan <i>cafe</i>				
28	Penataan tempat duduk yang rapi				
29	Desain interior yang menarik				
30	Tempat duduk dan meja yang nyaman				
31	Tersedia tempat parkir yang memadai				
32	Tersedianya toilet				
33	Kebersihan toilet				
34	Terjalannya komunikasi yang baik antara karyawan dan konsumen				
35	Proses pembuatan makanan yang cepat				
36	Proses pembuatan minuman yang cepat				
37	Pembayaran dapat menggunakan kartu kredit / debit / <i>cash</i>				
38	Menu makanan yang bervariasi (mis : Eropa, Indonesia, Jepang)				
39	Dapat digunakan untuk acara (<i>event</i>) tertentu				
40	Harga makanan yang bersaing				
41	Harga minuman yang bersaing				
42	Promosi melalui pembagian brosur				
43	Promosi melalui pemasangan iklan di majalah				
44	Adanya bonus lebih untuk pembelian dalam jumlah yang besar (mis : minuman gratis, souvenir)				
45	Pemberian <i>voucher</i> untuk pembelian berikutnya				
46	Kondisi penerangan <i>cafe</i> yang baik				

47	Terdapat <i>live music</i>				
48	Terdapat <i>area smoking</i> dan <i>non-smoking</i> untuk pengunjung				
49	Tersedianya AC (<i>air condition</i>)				
50	Tersedianya fasilitas <i>hotspot</i>				
51	Adanya menu yang khas (menu yang tidak ada di <i>cafe</i> lain)				
52	Pemandangan yang bagus				
53	Adanya diskon untuk <i>event</i> tertentu				
54	Adanya jasa <i>delivery</i>				
55	Adanya tempat bermain anak-anak				
56	Adanya program makan sepuasnya (<i>all u can eat</i>)				
57	Adanya <i>welcome gift</i> (mis : <i>snack</i>)				
58	Adanya paket-paket (mis : hemat, kombo, <i>happy meal</i>)				
59	Kebersihan pakaian karyawan				
60	Keseragaman pakaian karyawan				
61	Karyawan yang cepat dalam melayani konsumen				
62	Kelengkapan alat-alat di toilet (mis : tisu, sabun cuci tangan)				
63	Jumlah meja dan kursi yang memadai				

Bagian III :

Berilah tanda *checklist* (✓) pada :

Kolom sebelah kanan untuk menyatakan layanan minimum yang masih Anda terima dari sebuah *cafe* khususnya di daerah Surya Sumantri, Bandung.

SB = Sangat Baik

TB = Tidak Baik

B = Baik

STB = Sangat Tidak Baik

No.	Variabel	SB	B	TB	STB
1	Saya mulai mengeluh jika <i>cafe</i> memiliki variasi menu minuman yang ...				
2	Saya mulai mengeluh jika rasa makanan yang ...				
3	Saya mulai mengeluh jika rasa minuman yang ...				
4	Saya mulai mengeluh jika kejelasan daftar menu ...				
5	Saya mulai mengeluh jika kesegaran bahan yang digunakan ...				
6	Saya mulai mengeluh jika kesesuaian porsi makanan dengan harga ...				
7	Saya mulai mengeluh jika kesesuaian porsi minuman dengan harga ...				
8	Saya mulai mengeluh jika kebersihan makanan <i>cafe</i> ...				
9	Saya mulai mengeluh jika kebersihan minuman <i>cafe</i> ...				
10	Saya mulai mengeluh jika ketersediaan antara makanan dengan menu ...				
11	Saya mulai mengeluh jika ketersediaan antara minuman dengan menu ...				
12	Saya mulai mengeluh jika kesesuaian antara pajak yang ditetapkan oleh pemerintah & <i>cafe</i> ...				
13	Saya mulai mengeluh jika kejelasan daftar harga untuk tiap menu ...				
14	Saya mulai mengeluh jika kestrategisan lokasi <i>cafe</i> ...				
15	Saya mulai mengeluh jika keamanan kendaraan di <i>cafe</i> ...				
16	Saya mulai mengeluh jika kenyamanan suasana <i>cafe</i> ...				
17	Saya mulai mengeluh jika kesesuaian pemberian diskon dengan yang ditetapkan ...				
18	Saya mulai mengeluh jika keramahan karyawan <i>cafe</i> ...				
19	Saya mulai mengeluh jika kesopanan karyawan <i>cafe</i> ...				
20	Saya mulai mengeluh jika kerapian pakaian karyawan <i>cafe</i> ...				
21	Saya mulai mengeluh jika karyawan menanggapi keluhan dari konsumen dengan ...				
22	Saya mulai mengeluh jika kejujuran karyawan dalam menghitung jumlah pesanan ...				
23	Saya mulai mengeluh jika ketepatan kasir dalam menghitung harga pesanan ...				
24	Saya mulai mengeluh jika karyawan dalam memberi penjelasan tentang menu makanan ...				
25	Saya mulai mengeluh jika karyawan dalam memberi penjelasan tentang menu minuman ...				
26	Saya mulai mengeluh jika karyawan memberikan pelayanan dengan ...				
27	Saya mulai mengeluh jika kebersihan <i>cafe</i> ...				

28	Saya mulai mengeluh jika penataan tempat duduk <i>cafe</i> ...				
29	Saya mulai mengeluh jika desain interior <i>cafe</i> ...				
30	Saya mulai mengeluh jika kenyamanan tempat duduk dan meja ...				
31	Saya mulai mengeluh jika kapasitas tempat parkir ...				
32	Saya mulai mengeluh jika ketersediaan toilet ...				
33	Saya mulai mengeluh jika kebersihan toilet ...				
34	Saya mulai mengeluh jika komunikasi antara karyawan dan konsumen ...				
35	Saya mulai mengeluh jika kecepatan proses pembuatan makanan ...				
36	Saya mulai mengeluh jika kecepatan proses pembuatan minuman ...				
37	Saya mulai mengeluh jika alternatif pembayaran (mis : kredit / debit / <i>cash</i>) ...				
38	Saya mulai mengeluh jika <i>cafe</i> memiliki variasi menu makanan yang ...				
39	Saya mulai mengeluh jika kegunaan <i>cafe</i> untuk acara tertentu ...				
40	Saya mulai mengeluh jika harga makanan di <i>cafe</i> ...				
41	Saya mulai mengeluh jika harga minuman di <i>cafe</i> ...				
42	Saya mulai mengeluh jika promosi melalui brosur ...				
43	Saya mulai mengeluh jika promosi melalui majalah ...				
44	Saya mulai mengeluh jika kesesuaian pemberian bonus dengan yang ditetapkan ...				
45	Saya mulai mengeluh jika kesesuaian pemberian <i>voucher</i> dengan yang ditetapkan ...				
46	Saya mulai mengeluh jika kondisi penerangan <i>cafe</i> ...				
47	Saya mulai mengeluh jika <i>live music</i> di <i>cafe</i> ...				
48	Saya mulai mengeluh jika ketersediaan <i>area smoking</i> dan <i>non-smoking</i> ...				
49	Saya mulai mengeluh jika ketersediaan AC (<i>air condition</i>) ...				
50	Saya mulai mengeluh jika ketersediaan fasilitas <i>hotspot</i> ...				
51	Saya mulai mengeluh jika ketersediaan menu yang khas ...				
52	Saya mulai mengeluh jika pemandangan <i>cafe</i> ...				
53	Saya mulai mengeluh jika kesesuaian pemberian diskon untuk <i>event</i> tertentu dengan yang ditetapkan ...				
54	Saya mulai mengeluh jika <i>cafe</i> memiliki jasa <i>delivery</i> yang ...				
55	Saya mulai mengeluh jika fasilitas tempat bermain anak-anak ...				
56	Saya mulai mengeluh jika <i>cafe</i> memiliki program makan sepuasnya (<i>all u can eat</i>) yang ...				
57	Saya mulai mengeluh jika <i>cafe</i> memberikan <i>welcome gift</i> (mis : <i>snack</i>) yang ...				
58	Saya mulai mengeluh jika ketersediaan paket-paket (mis : hemat, kombo, <i>happy meal</i>) ...				
59	Saya mulai mengeluh jika kebersihan pakaian karyawan ...				
60	Saya mulai mengeluh jika keseragaman pakaian karyawan ...				
61	Saya mulai mengeluh jika kecepatan karyawan dalam melayani konsumen ...				
62	Saya mulai mengeluh jika kelengkapan alat-alat di toilet ...				
63	Saya mulai mengeluh jika jumlah meja dan kursi ...				

Terima Kasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi kuesioner ini

LAMPIRAN C

- Ⓢ Data Mentah Kuesioner Pendahuluan
- Ⓢ Data Mentah Kuesioner Penelitian Awal
- Ⓢ Data Mentah Kuesioner Penelitian Keseluruhan

☉ **Bagian II**

37. Sebutkan *cafe* di kota Bandung yang sering Anda datangi ? (**daerah Surya Sumantri, Dago dan Sukajadi**)

No.	Cafe yang sering didatangi	Jumlah
Daerah Surya Sumantri		
1	Eye 2 Eye	4
2	Image	1
Daerah Dago		
3	Sierra	6
4	Oh Lala	5
5	Valley	8
6	View	3
Daerah Sukajadi		
7	D'Cost	7
8	Tomodachi	1
9	Starbuck	1

38. Apa yang membuat Anda sering datang kembali ke *cafe* yang telah disebutkan diatas ?

No.	Alasan seseorang sering datang ke <i>cafe</i>	Jumlah
1	Harga terjangkau	12
2	Rasa makanan enak, khas	16
3	Lokasi dekat	7
4	Suasana nyaman	18
5	Pemandangan bagus	3
6	Karyawan ramah	4
7	Menu bervariasi	9
8	Desain interior yang menarik	3
9	Alternatif pembayaran	1
10	Diskon	1
11	Ajakan teman	1

39. Kekurangan apa saja yang masih dapat Anda tolerir setelah Anda menggunakan jasa *cafe* diatas ?

No.	Kekurangan yang masih dapat ditolerir	Jumlah
1	Variasi menu	6
2	Harga mahal	3
3	Desain interior	3
4	Tidak kebagian tempat (<i>waitting list</i>)	2
5	Area parkir yang kecil	1
6	Proses penyajian yang lama	12
7	Tidak ada daftar menu di atas meja	1
8	Karyawan bekerja lambat	8

9	Karyawan kurang ramah	2
10	Menu yang ada tidak sesuai dengan di daftar	1
11	Tidak terdapat fasilitas hotspot	1
12	Tempat kurang strategis	2

40. Sebutkan *cafe* lain yang pernah Anda datangi, tetapi untuk selanjutnya Anda tidak akan mendatangi *cafe* tersebut lagi ? (**daerah Surya Sumantri, Dago dan Sukajadi**)

No.	Cafe	Jumlah
1	Tomodachi	4
2	Eye 2 Eye	7
3	View	2
4	D'Cost	1
5	Valley	2
6	Image	4

41. Apa yang membuat Anda memutuskan bahwa Anda tidak akan mendatangi *cafe* itu lagi ?

No.	Alasan seseorang tidak akan mendatangi <i>cafe</i>	Jumlah
Tomodachi		
1	Harga mahal	3
2	Kursi dan meja tidak nyaman	1
3	Gelap	1
Eye 2 Eye		
4	Porsi makanan kecil	5
5	Rasa yang kurang enak	5
6	Harga tidak sesuai dengan di daftar menu	1
7	Harga mahal	4
8	Tempat kurang menarik	1
9	Kursi dan meja tidak nyaman	2
10	Suasana kurang nyaman	4
View		
11	Lokasi jauh	1
12	Karyawan yang tidak ramah	1
13	Pemandangan kurang bagus	1
Image		
14	Harga mahal	3
15	Tempat kurang bersih	4
16	Suasana kurang nyaman	1
17	Harga tidak sesuai dengan di daftar menu	2
D'Cost		
18	Karyawan yang tidak ramah	1
19	Tempat kurang bersih	1
Valley		
20	Harga mahal	2
21	Rasa yang kurang enak	1

42. Ketika Anda datang ke sebuah *cafe* dan *cafe* tersebut sedang ramai atau ada acara tertentu sehingga Anda **tidak mendapatkan tempat duduk**. Apakah Anda akan **menunggu sampai Anda mendapatkan tempat duduk** ?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Ya	16
2	Tidak	29

43. Jika Anda memutuskan untuk menunggu, berapa lama Anda akan menunggu ?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Menunggu < 15 menit	3
2	15 menit ≤ menunggu < 30 menit	12
3	30 menit ≤ menunggu < 1 jam	1
4	Menunggu ≥ 1 jam	0

44. Ketika Anda datang ke sebuah *cafe* dan *cafe* tersebut sedang ramai atau ada acara tertentu sehingga **menu pesanan Anda datang lebih lama dari biasanya**. Apakah Anda akan **menunggu sampai pesanan Anda datang** ?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Ya	39
2	Tidak	6

45. Jika Anda memutuskan untuk menunggu, berapa lama Anda akan menunggu ?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Menunggu < 10 menit	3
2	10 menit ≤ menunggu < 15 menit	26
3	Menunggu ≥ 15 jam	10

46. Anda telah memesan beberapa menu di suatu *cafe* dan pada saat itu juga karyawan *cafe* **langsung** mengatakan bahwa menu yang Anda pesan telah habis. Apa yang akan Anda lakukan ?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Mengganti dengan menu yang lain	38
2	Tidak jadi memesan, lalu pergi ketempat lain	6
3	Lainnya :	
	Jika yang dipesan menu favorite, maka tidak jadi memesan	1

47. Anda telah memesan beberapa menu di suatu *cafe* dan ternyata **setelah beberapa saat** karyawan *cafe* memberitahukan bahwa menu yang Anda pesan telah habis. Apa yang akan Anda lakukan ?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Mengganti dengan menu yang lain	32
2	Tidak jadi memesan, lalu pergi ketempat lain	10
3	Lainnya :	
	Jika yang dipesan menu favorite maka akan pergi	1
	Komplain terhadap karyawan kemudian pergi	2

48. Apa yang akan Anda lakukan ketika *cafe* yang Anda datangi ternyata tutup ?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Mencari <i>cafe</i> lain yang ada disekitar daerah tersebut	38
2	Pulang	4
3	Lainnya :	
	Mencari <i>cafe</i> lain, tidak hanya disekitar daerah tersebut	2
	Mencari <i>cafe</i> lain yang menunya enak	1

49. Selain promosi melalui koran, majalah, radio, TV, spanduk, brosur, pemberian diskon, dan *voucher*. Promosi dalam bentuk apa yang lebih Anda sukai ?

No.	Promosi	Jumlah
1	<i>Happy meal</i>	1
2	Diskon	12
3	Brosur	9
4	Voucher	4
5	Majalah	1
6	Teman dan saudara - mulut ke mulut	2
7	Gratis minuman	2
8	<i>All u can eat</i>	3
9	<i>Welcome gift</i>	1
10	<i>Souvenir</i>	1

50. Kesan seperti apa yang membuat Anda tertarik atau berminat untuk mendatangi sebuah *cafe* ? (mis : *cafe* dengan suasana yang romantis)

No.	Kesan <i>cafe</i>	Jumlah
1	Rasa makanan yang enak	4
2	Tempat bagus	1
3	Lokasi <i>cafe</i> strategis	1
4	Harga terjangkau	6
5	Suasana nyaman	19
6	Keramahan karyawan	5
7	Kebersihan <i>cafe</i>	9

8	Romantis	10
9	<i>Live music</i>	5
10	Bernuansa pantai (diatas air)	1
11	Pemandangannya bagus	2
12	Variasi menu	1
13	Lokasi strategis	1
14	Suasana yang berubah tiap bulan atau hari tertentu	1

51. Berdasarkan pengalaman maupun informasi yang Anda terima, menurut Anda apa saja yang seharusnya ada pada sebuah *cafe* ?

No.	Yang harus ada di <i>cafe</i>	Jumlah
1	Daftar menu dan harga	1
2	Adanya toilet	1
3	Alternatif pembayaran dengan kartu	2
4	<i>Live music</i>	14
5	Hotspot	1
6	Pemandangan	2
7	Tempat bermain anak-anak	3
8	Voucher	1
9	Diskon	2
10	Variasi menu	2
11	Kebersihan <i>cafe</i>	2
12	Desain interior yang menarik	2
13	Rasa makanan yang enak	3
14	Pelayanan yang cepat	4
15	Karyawan yang ramah	4
16	Harga terjangkau	4
17	Suasana nyaman	9
18	Lokasi strategis	3
19	Menu yang khas	4
20	Area <i>smoking</i> dan <i>non-smoking</i>	1
21	Gratis makanan pembuka (<i>snack</i>)	1
22	Adanya AC (<i>air condition</i>)	1

52. Dari pengalaman Anda, apakah terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang Anda rasakan terhadap jasa sebuah *cafe* ?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Ya	14
2	Tidak	31

53. Jika ada, kesenjangan seperti apa yang Anda rasakan ? Apakah melebihi yang diharapkan atau sebaliknya ?

❖ Kesenjangan melebihi dari apa yang diharapkan

No.	Jawaban	Jumlah
1	Suasana <i>cafe</i> yang nyaman	1
2	<i>Live music</i>	1
3	Rasa makanan	1

❖ Kesenjangan kurang dari apa yang diharapkan

No.	Jawaban	Jumlah
1	Harga yang tidak sesuai dengan porsi	4
2	Toilet kotor	1
3	Kebersihan <i>cafe</i>	2
4	Karyawan kurang ramah	2
5	Makanan tidak sesuai dengan yang ditampilkan di daftar menu	2
6	Rasa makanan dan minuman	5
7	Kapasitas parkir	1
8	Proses penyajian yang lama	1

54. Jasa-jasa seperti apa yang Anda harapkan dari sebuah *cafe* ? (mis : adanya paket hemat)

No.	Jasa yang diharapkan	Jumlah
1	Paket hemat	15
2	Adanya <i>voucher</i>	2
3	<i>All u can eat</i>	3
4	<i>Delivery service</i>	10
5	<i>Welcome gift</i>	3
6	Paket kombo (beberapa menu dalam 1 paket)	2
7	Diskon untuk sejumlah pembelian tertentu	7
8	Gratis minuman	1
9	Menu makanan dan minuman yang bervariasi	1

DATA MENTAH KUESIONER PENELITIAN KESELURUHAN

📍 Bagian I

1. Jenis kelamin Anda?

No.	Jenis kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	42
2	Perempuan	63

2. Berapa umur Anda saat ini?

No.	Umur	Jumlah
1	16 tahun \leq Umur < 20 tahun	35
2	20 tahun \leq Umur < 35 tahun	68
3	35 tahun \leq Umur < 45 tahun	2
4	Umur \geq 45 tahun	0

3. Apakah pekerjaan Anda?

No.	Pekerjaan	Jumlah
1	Pelajar / mahasiswa	77
2	Karyawan	24
3	Wiraswasta	3
4	Lainnya :	
	Guru	1

4. Jika Anda pelajar / mahasiswa, berapa uang saku Anda per bulan?

No.	Uang Saku	Jumlah
1	Uang saku < Rp 400.000	1
2	Rp 400.000 \leq Uang saku < Rp 600.000	16
3	Rp 600.000 \leq Uang saku < Rp 1.000.000	17
4	Rp 1.000.000 \leq Uang saku < Rp 1.500.000	29
5	Uang saku \geq Rp 1.500.000	14

5. Jika Anda bukan pelajar, berapa pendapatan Anda per bulan?

No.	Pendapatan	Jumlah
1	Pendapatan < Rp 1.000.000	2
2	Rp 1.000.000 \leq Pendapatan < Rp 2.000.000	10
3	Rp 2.000.000 \leq Pendapatan < Rp 5.000.000	12
4	Rp 5.000.000 \leq Pendapatan < Rp 10.000.000	4
5	Pendapatan \geq Rp 10.000.000	0

6. Apa tujuan Anda datang ke *cafe*? (jawaban boleh lebih dari satu)

No.	Tujuan datang ke <i>cafe</i>	Jumlah
1	Makan	95
2	Hiburan	62
3	Bisnis	4
4	Acara tertentu	47
5	Lainnya :	
	Diajak teman	1

7. Apa yang membuat Anda tertarik datang ke suatu *cafe* tertentu? (jawaban boleh lebih dari satu)

No.	Yang membuat tertarik datang ke <i>cafe</i>	Jumlah
1	Rekomendasi dari keluarga / orang lain	77
2	Pengalaman masa lalu	44
3	Iklan	50
4	Lainnya :	
	Coba-coba	2
	Suasana <i>cafe</i> yang nyaman	5
	Desain interior yang menarik	1
	Harga terjangkau	1

8. Sebutkan *cafe* di kota Bandung yang sering Anda datangi? (jawaban boleh lebih dari satu)

No.	<i>Cafe</i> yang sering didatangi	Jumlah
Daerah Surya Sumantri		
1	Eye 2 Eye	15
2	Image	16
Daerah Dago		
3	Sierra	28
4	Oh Lala	34
5	Valley	39
6	View	26
Daerah Sukajadi		
7	D'cost	48
8	Tomodachi	20
9	Starbuck	27

9. Sebutkan *cafe* lain yang pernah Anda datangi, tetapi untuk selanjutnya Anda tidak akan mendatangi *cafe* tersebut lagi? (jawaban boleh lebih dari satu)

No.	Cafe yang tidak akan di datangi lagi	Jumlah
1	Eye 2 Eye	17
2	Image	17
3	Valley	13
4	View	7
5	D'cost	8
6	Tomodachi	17
7	Lainnya :	
	Blind	2

10. Ketika Anda datang ke sebuah *cafe* dan *cafe* tersebut sedang ramai atau ada acara tertentu sehingga Anda **tidak mendapatkan tempat duduk**. Apakah Anda akan **menunggu sampai Anda mendapatkan tempat duduk?**

No.	Jawaban	Jumlah
1	Ya	45
2	Tidak	60

11. Jika Anda memutuskan untuk menunggu, berapa lama Anda akan menunggu?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Menunggu < 15 menit	16
2	15 menit \leq menunggu < 30 menit	26
3	30 menit \leq menunggu < 1 jam	3
4	Menunggu \geq 1 jam	0

12. Ketika Anda datang ke sebuah *cafe* dan *cafe* tersebut sedang ramai atau ada acara tertentu sehingga **menu pesanan Anda datang lebih lama dari biasanya**. Apakah Anda akan **menunggu sampai pesanan Anda datang?**

No.	Jawaban	Jumlah
1	Ya	88
2	Tidak	17

13. Jika Anda memutuskan untuk menunggu, berapa lama Anda akan menunggu?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Menunggu < 10 menit	10
2	10 menit \leq menunggu < 15 menit	62
3	Menunggu \geq 15 menit	16

14. Anda telah memesan beberapa menu di suatu *cafe* dan pada saat itu juga karyawan *cafe* **langsung** mengatakan bahwa menu yang Anda pesan telah habis. Apa yang akan Anda lakukan?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Mengganti dengan menu yang lain	90
2	Tidak jadi memesan, lalu pergi ketempat lain	8
3	Jika yang dipesan menu favorite, maka tidak jadi memesan	7

15. Anda telah memesan beberapa menu di suatu *cafe* dan ternyata **setelah beberapa saat** karyawan *cafe* memberitahukan bahwa menu yang Anda pesan telah habis. Apa yang akan Anda lakukan?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Mengganti dengan menu yang lain	64
2	Tidak jadi memesan, lalu pergi ketempat lain	14
3	Jika yang dipesan menu favorite maka tidak jadi memesan	14
4	Komplain terhadap karyawan kemudian pergi	13

16. Apa yang akan Anda lakukan ketika *cafe* yang Anda datangi ternyata tutup?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Mencari <i>cafe</i> lain yang ada disekitar daerah tersebut	34
2	Mencari <i>cafe</i> lain, tidak hanya disekitar daerah tersebut	35
3	Mencari <i>cafe</i> lain yang menunya enak	35
4	Pulang	1

17. Kesan seperti apa yang membuat Anda tertarik atau berminat untuk mendatangi sebuah *cafe* ? (jawaban boleh lebih dari satu)

No.	Kesan <i>cafe</i>	Jumlah
1	Suasana yang nyaman	96
2	Romantis	42
3	<i>Cafe</i> yang bersih	87
4	Harga yang terjangkau	80
5	Adanya <i>live music</i>	42
6	Rasa makanan yang enak	94
7	Karyawan yang ramah	65
8	Pemandangan yang bagus	73
9	Lainnya :	-

18. Dari pengalaman Anda, apakah terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang Anda rasakan terhadap jasa sebuah *cafe*?

No.	Jawaban	Jumlah
1	Ya	35
2	Tidak	70

19. Jika ada, kesenjangan seperti apa yang Anda rasakan? Apakah melebihi yang diharapkan atau sebaliknya?

- ❖ Kesenjangan melebihi dari apa yang diharapkan

No.	Jawaban	Jumlah
1	Suasana <i>cafe</i> yang nyaman	4
2	Pemandangan yang bagus	4
3	Pelayanan yang diberikan memuaskan	3
4	Rasa makanan enak	5
5	<i>Cafe</i> bersih	2
6	Karyawan yang ramah	1
7	Adanya diskon	1
8	Adanya <i>live music</i>	2

- ❖ Kesenjangan kurang dari apa yang diharapkan

No.	Jawaban	Jumlah
1	Harga yang tidak sesuai dengan porsi	5
2	Karyawan kurang ramah	8
3	Harga yang mahal	1
4	Rasa makanan kurang enak	9
5	Karyawan bekerja lambat	4
6	Tidak adanya menu vegetarian	2
7	Kebersihan <i>cafe</i>	5
8	Harga makanan tidak sesuai dengan rasa makanan	1
9	Suasana <i>cafe</i> kurang nyaman	3
10	Toilet kurang bersih	1
11	Penyajian makanan kurang menarik	1
12	Pelayanan yang diberikan tidak memuaskan	1

LAMPIRAN D

- Ⓢ Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan (*Cochran Q Test*)

PENGOLAHAN DATA KUESIONER PENDAHULUAN
(COCHRAN Q TEST)

📍 Pengujian 2

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A5	14	31
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A12	10	35
A13	11	34
A14	0	45
A15	2	43
A16	14	31
A17	19	26
A18	11	34
A19	11	34
A20	3	42
A21	0	45
A22	1	44

Dependent Variables	Value	
	0	1
A23	9	36
A24	1	44
A25	0	45
A26	7	38
A27	9	36
A28	22	23
A29	21	24
A30	26	19
A31	26	19
A32	18	27
A33	1	44
A34	7	38
A35	10	35
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A45	7	38
A46	10	35
A47	0	45
A48	4	41
A49	13	32
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A55	8	37
A56	2	43
A57	22	23
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40
A66	9	36

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	685,399 ^a
df	64
Asymp. Sig.	,000

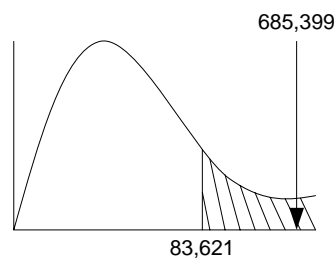
a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 65 - 1 = 64 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 83,621$$

Interpolasi :

$v = 50$	$Q = 67,50$	$\frac{50 - 64}{50 - 70} = \frac{67,50 - X}{67,50 - 90,53}$
$v = 64$	$Q = \dots?$	
$v = 70$	$Q = 90,53$	$X = 83,621$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut. Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 3 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 30 dan 31 yaitu “Promosi melalui pemasangan iklan di radio dan televisi”.

📌 **Pengujian 3**

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A5	14	31
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A12	10	35
A13	11	34
A14	0	45
A15	2	43
A16	14	31
A17	19	26
A18	11	34
A19	11	34
A20	3	42
A21	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A22	1	44
A23	9	36
A24	1	44
A25	0	45
A26	7	38
A27	9	36
A28	22	23
A29	21	24
A32	18	27
A33	1	44
A34	7	38
A35	10	35
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A45	7	38
A46	10	35
A47	0	45
A48	4	41
A49	13	32
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A55	8	37
A56	2	43
A57	22	23
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40
A66	9	36

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	557,017 ^a
df	62
Asymp. Sig.	,000

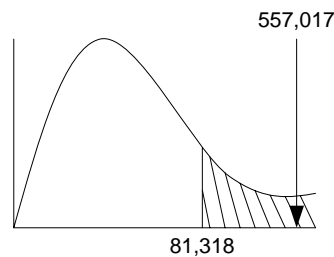
a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 63 - 1 = 62 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 81,318$$

Interpolasi :

$$\begin{array}{rcl} v = 50 & Q = 67,50 & \frac{50 - 62}{50 - 70} = \frac{67,50 - X}{67,50 - 90,53} \\ v = 62 & Q = \dots? & \\ v = 70 & Q = 90,53 & X = 81,318 \end{array}$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 4 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 28 dan 57 yaitu “Promosi melalui pemasangan iklan di koran dan tersedianya fasilitas hotspot”.

📍 Pengujian 4

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A5	14	31
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A12	10	35
A13	11	34
A14	0	45
A15	2	43
A16	14	31
A17	19	26
A18	11	34
A19	11	34
A20	3	42
A21	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A22	1	44
A23	9	36
A24	1	44
A25	0	45
A26	7	38
A27	9	36
A29	21	24
A32	18	27
A33	1	44
A34	7	38
A35	10	35
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45
A45	7	38

Dependent Variables	Value	
	0	1
A46	10	35
A47	0	45
A48	4	41
A49	13	32
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A55	8	37
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40
A66	9	36

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	460,555 ^a
df	60
Asymp. Sig.	,000

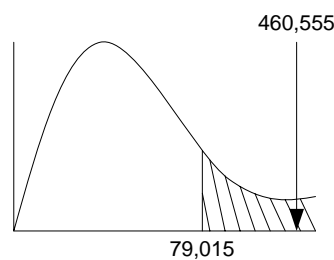
a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 61 - 1 = 60 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 79,015$$

Interpolasi :

$$\begin{array}{l} v = 50 \quad Q = 67,50 \\ v = 60 \quad Q = \dots? \\ v = 70 \quad Q = 90,53 \end{array} \quad \begin{array}{l} \frac{50 - 60}{50 - 70} = \frac{67,50 - X}{67,50 - 90,53} \\ X = 79,015 \end{array}$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 5 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 29 yaitu “Promosi melalui pemasangan iklan di majalah”.

☉ **Pengujian 5**

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A5	14	31
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A12	10	35
A13	11	34
A14	0	45
A15	2	43
A16	14	31
A17	19	26
A18	11	34
A19	11	34
A20	3	42

Dependent Variables	Value	
	0	1
A21	0	45
A22	1	44
A23	9	36
A24	1	44
A25	0	45
A26	7	38
A27	9	36
A32	18	27
A33	1	44
A34	7	38
A35	10	35
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A45	7	38
A46	10	35
A47	0	45
A48	4	41
A49	13	32
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A55	8	37
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40
A66	9	36

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	410,209 ^a
df	59
Asymp. Sig.	,000

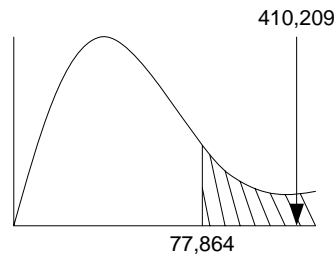
a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 60 - 1 = 59 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 77,864$$

Interpolasi :

$$\begin{array}{rcl} v = 50 & Q = 67,50 & \frac{50 - 59}{50 - 70} = \frac{67,50 - X}{67,50 - 90,53} \\ v = 59 & Q = \dots? & \\ v = 70 & Q = 90,53 & X = 77,864 \end{array}$$



- e. Keputusan : Tolak H_0
- f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut.
 Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 6 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban yang Penting paling kecil yaitu variabel ke 17 yaitu “Dapat digunakan untuk acara (*event*) tertentu”.

📍 Pengujian 6

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A5	14	31
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A12	10	35
A13	11	34
A14	0	45
A15	2	43
A16	14	31
A18	11	34
A19	11	34
A20	3	42
A21	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A22	1	44
A23	9	36
A24	1	44
A25	0	45
A26	7	38
A27	9	36
A32	18	27
A33	1	44
A34	7	38
A35	10	35
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45
A45	7	38

Dependent Variables	Value	
	0	1
A46	10	35
A47	0	45
A48	4	41
A49	13	32
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A55	8	37
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40
A66	9	36

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	366,798 ^a
df	58
Asymp. Sig.	,000

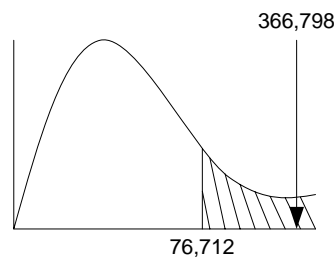
a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 59 - 1 = 58 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 76,712$$

Interpolasi :

$$\begin{array}{l} v = 50 \quad Q = 67,50 \\ v = 58 \quad Q = \dots? \\ v = 70 \quad Q = 90,53 \end{array} \quad \begin{array}{l} \frac{50 - 58}{50 - 70} = \frac{67,50 - X}{67,50 - 90,53} \\ X = 76,712 \end{array}$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 7 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 32 yaitu “Promosi melalui pemasangan iklan di spanduk”.

📌 **Pengujian 7**

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A5	14	31
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A12	10	35
A13	11	34
A14	0	45
A15	2	43
A16	14	31
A18	11	34
A19	11	34
A20	3	42
A21	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A22	1	44
A23	9	36
A24	1	44
A25	0	45
A26	7	38
A27	9	36
A33	1	44
A34	7	38
A35	10	35
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45
A45	7	38
A46	10	35

Dependent Variables	Value	
	0	1
A47	0	45
A48	4	41
A49	13	32
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A55	8	37
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40
A66	9	36

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	325,928 ^a
df	57
Asymp. Sig.	,000

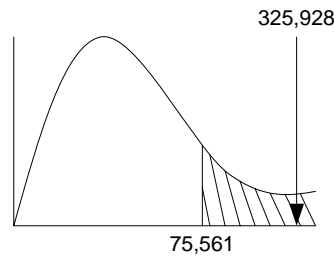
a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 58 - 1 = 57 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 75,561$$

Interpolasi :

$$\begin{array}{l} v = 50 \quad Q = 67,50 \\ v = 57 \quad Q = \dots? \\ v = 70 \quad Q = 90,53 \end{array} \quad \begin{array}{l} \frac{50 - 57}{50 - 70} = \frac{67,50 - X}{67,50 - 90,53} \\ X = 75,561 \end{array}$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 8 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 5 dan 16 yaitu “Jaminan kehalalan dan ketersediaan bahan pelengkap (mis : garam, kecap)”.

📍 Pengujian 8

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A12	10	35
A13	11	34
A14	0	45
A15	2	43
A18	11	34
A19	11	34
A20	3	42
A21	0	45
A22	1	44

Dependent Variables	Value	
	0	1
A23	9	36
A24	1	44
A25	0	45
A26	7	38
A27	9	36
A33	1	44
A34	7	38
A35	10	35
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45
A45	7	38
A46	10	35

Dependent Variables	Value	
	0	1
A47	0	45
A48	4	41
A49	13	32
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A55	8	37
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40
A66	9	36

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	284,154 ^a
df	55
Asymp. Sig.	,000

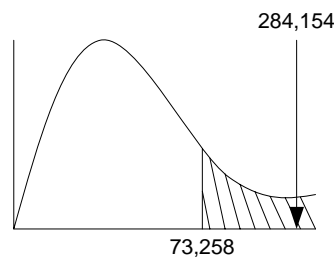
a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 56 - 1 = 55 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 73,258$$

Interpolasi :

$$\begin{array}{lll} v = 50 & Q = 67,50 & \frac{50 - 55}{50 - 70} = \frac{67,50 - X}{67,50 - 90,53} \\ v = 55 & Q = \dots? & \\ v = 70 & Q = 90,53 & X = 73,258 \end{array}$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 9 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 49 yaitu “Terdapat *live music*”.

☉ **Pengujian 9**

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A12	10	35
A13	11	34
A14	0	45
A15	2	43
A18	11	34
A19	11	34
A20	3	42
A21	0	45
A22	1	44

Dependent Variables	Value	
	0	1
A23	9	36
A24	1	44
A25	0	45
A26	7	38
A27	9	36
A33	1	44
A34	7	38
A35	10	35
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45
A45	7	38
A46	10	35

Dependent Variables	Value	
	0	1
A47	0	45
A48	4	41
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A55	8	37
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40
A66	9	36

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	264,724 ^a
df	54
Asymp. Sig.	,000

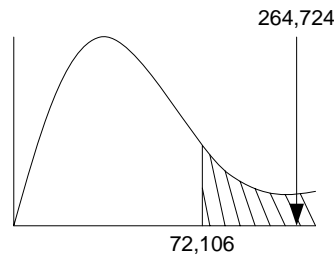
a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 55 - 1 = 54 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 72,106$$

Interpolasi :

$$\begin{array}{lcl} v = 50 & Q = 67,50 & \frac{50 - 54}{50 - 70} = \frac{67,50 - X}{67,50 - 90,53} \\ v = 54 & Q = \dots? & \\ v = 70 & Q = 90,53 & X = 72,106 \end{array}$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 10 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 13, 18 dan 19 yaitu “Pengelola cafecepat tanggap terhadap perubahan (mis : menu makanan yang baru), harga makanan yang bersaing dan harga minuman yang bersaing”.

📍 Pengujian 10

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A12	10	35
A14	0	45
A15	2	43
A20	3	42
A21	0	45
A22	1	44
A23	9	36
A24	1	44

Dependent Variables	Value	
	0	1
A25	0	45
A26	7	38
A27	9	36
A33	1	44
A34	7	38
A35	10	35
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45
A45	7	38
A46	10	35
A47	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A48	4	41
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A55	8	37
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40
A66	9	36

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	224,805 ^a
df	51
Asymp. Sig.	,000

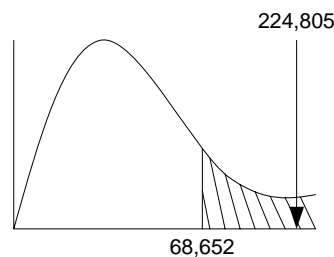
a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 52 - 1 = 51 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 68,652$$

Interpolasi :

$$\begin{array}{l} v = 50 \quad Q = 67,50 \\ v = 51 \quad Q = \dots? \\ v = 70 \quad Q = 90,53 \end{array} \quad \begin{array}{l} \frac{50 - 51}{50 - 70} = \frac{67,50 - X}{67,50 - 90,53} \\ X = 68,652 \end{array}$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 11 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 12, 35 dan 46 yaitu “Menu makanan yang sehat (mis : tidak menggunakan MSG), pemberian voucher untuk pembelian berikutnya

dan tersedianya gambar dari menu minuman yang ditawarkan”.

📍 Pengujian 11

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A14	0	45
A15	2	43
A20	3	42
A21	0	45
A22	1	44
A23	9	36
A24	1	44

Dependent Variables	Value	
	0	1
A25	0	45
A26	7	38
A27	9	36
A33	1	44
A34	7	38
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45
A45	7	38
A47	0	45
A48	4	41

Dependent Variables	Value	
	0	1
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A55	8	37
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40
A66	9	36

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	181,667 ^a
df	48
Asymp. Sig.	,000

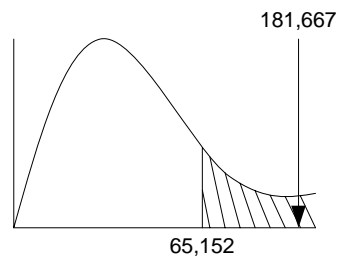
a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 49 - 1 = 48 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 65,152$$

Interpolasi :

$$\begin{array}{rcl} v = 40 & Q = 55,76 & \frac{40 - 48}{40 - 50} = \frac{55,76 - X}{55,76 - 67,5} \\ v = 48 & Q = \dots? & \\ v = 50 & Q = 67,5 & X = 65,152 \end{array}$$



- e. Keputusan : Tolak H_0
- f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut.
 Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 12 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 23, 27 dan 66 yaitu “Adanya papan nama, promosi melalui pembagian brosur dan *cafe* buka dan tutup tepat pada waktunya”.

📍 Pengujian 12

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A14	0	45
A15	2	43
A20	3	42
A21	0	45
A22	1	44
A24	1	44

Dependent Variables	Value	
	0	1
A25	0	45
A26	7	38
A33	1	44
A34	7	38
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45
A45	7	38
A47	0	45
A48	4	41

Dependent Variables	Value	
	0	1
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A55	8	37
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	134,491 ^a
df	45
Asymp. Sig.	,000

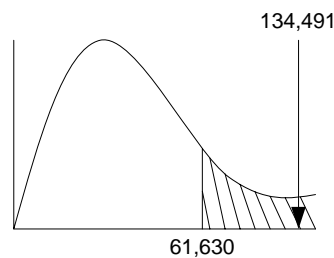
a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 46 - 1 = 45 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 61,630$$

Interpolasi :

$$\begin{array}{l} v = 40 \quad Q = 55,76 \\ v = 45 \quad Q = \dots? \\ v = 50 \quad Q = 67,5 \end{array} \quad \begin{array}{l} \frac{40 - 45}{40 - 50} = \frac{55,76 - X}{55,76 - 67,5} \\ X = 61,630 \end{array}$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 13 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 55 yaitu “Tersedianya AC (air condition)”.

📍 **Pengujian 13**

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A14	0	45
A15	2	43
A20	3	42
A21	0	45
A22	1	44

Dependent Variables	Value	
	0	1
A24	1	44
A25	0	45
A26	7	38
A33	1	44
A34	7	38
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45
A45	7	38

Dependent Variables	Value	
	0	1
A47	0	45
A48	4	41
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	119,132 ^a
df	44
Asymp. Sig.	,000

a. 0 is treated as a success.

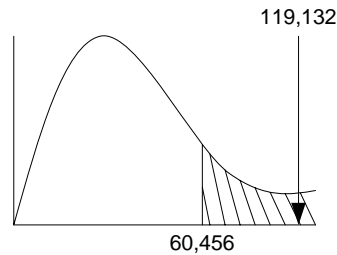
d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 45 - 1 = 44 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 60,456$$

Interpolasi :

$$\begin{array}{l} v = 40 \quad Q = 55,76 \\ v = 44 \quad Q = \dots? \\ v = 50 \quad Q = 67,5 \end{array} \quad \frac{40 - 44}{40 - 50} = \frac{55,76 - X}{55,76 - 67,5}$$

$$X = 60,456$$



- e. Keputusan : Tolak H_0
- f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut. Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 14 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 26, 34 dan 45 yaitu “Kemudahan transportasi umum yang melewati *cafe*, adanya bonus lebih untuk pembelian dalam jumlah yang besar (mis : minuman gratis, souvenir) dan tersedianya gambar dari menu makanan yang ditawarkan”.

📍 Pengujian 14

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A14	0	45
A15	2	43
A20	3	42
A21	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A22	1	44
A24	1	44
A25	0	45
A33	1	44
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45
A47	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A48	4	41
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42
A64	5	40

- a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	73,866 ^a
df	41
Asymp. Sig.	,001

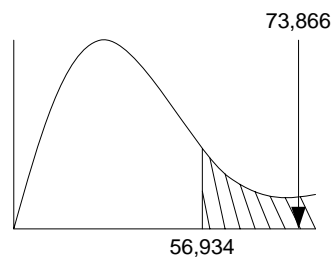
a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 42 - 1 = 41 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 56,934$$

Interpolasi :

$$\begin{array}{lll} v = 40 & Q = 55,76 & \frac{40 - 41}{40 - 50} = \frac{55,76 - X}{55,76 - 67,5} \\ v = 41 & Q = \dots? & \\ v = 50 & Q = 67,5 & X = 56,934 \end{array}$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 15 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 64 yaitu “Adanya layanan via telepon untuk pemesanan tempat”.

📍 **Pengujian 15**

Dependent Variables	Value	
	0	1
A1	4	41
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A14	0	45
A15	2	43
A20	3	42
A21	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A22	1	44
A24	1	44
A25	0	45
A33	1	44
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45
A47	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A48	4	41
A50	4	41
A51	1	44
A52	3	42
A53	4	41
A54	0	45
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42

a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

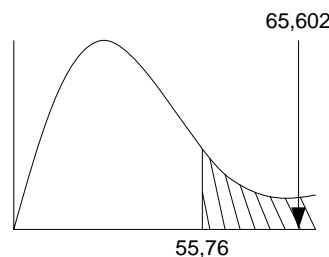
c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	65,602 ^a
df	40
Asymp. Sig.	,007

a. 0 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 41 - 1 = 40 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 55,76$$



e. Keputusan : Tolak H_0

- f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut. Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian 16 dengan membuang variabel yang memiliki proporsi jawaban Penting paling kecil yaitu variabel ke 1, 48, 50 dan 53 yaitu “Menu makanan yang bervariasi (mis : Eropa, Indonesia, Jepang), kondisi penerangan *cafe* yang baik, terdapat area smoking dan non-smoking untuk pengunjung dan desain eksterior yang menarik”.

📍 Pengujian 16

Dependent Variables	Value	
	0	1
A2	1	44
A3	1	44
A4	2	43
A6	0	45
A7	0	45
A8	0	45
A9	2	43
A10	0	45
A11	1	44
A14	0	45
A15	2	43
A20	3	42
A21	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A22	1	44
A24	1	44
A25	0	45
A33	1	44
A36	0	45
A37	0	45
A38	2	43
A39	1	44
A40	0	45
A41	0	45
A42	0	45
A43	0	45
A44	0	45

Dependent Variables	Value	
	0	1
A47	0	45
A51	1	44
A52	3	42
A54	0	45
A56	2	43
A58	0	45
A59	0	45
A60	1	44
A61	1	44
A62	2	43
A63	3	42

- a. Struktur hipotesis :

H_0 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang sama

H_1 : Semua variabel yang diuji memiliki proporsi jawaban Penting yang berbeda

- b. Taraf nyata : $\alpha = 0,05$

- c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

N	45
Cochran's Q	44,266 ^a
df	36
Asymp. Sig.	,162

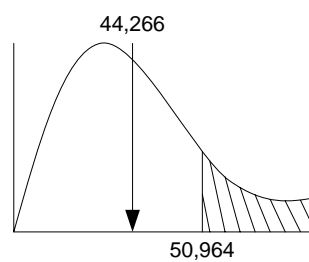
a. 1 is treated as a success.

d. Wilayah Kritis : $Q \geq Q_{(\alpha, v)} \rightarrow$ Tabel *Chi-Square*

$$\left. \begin{array}{l} \alpha = 0,05 \\ v = k - 1 = 37 - 1 = 36 \end{array} \right\} Q_{(\alpha, v)} = 50,964$$

Interpolasi :

$v = 30$	$Q = 43,77$	$\frac{30 - 36}{30 - 40} = \frac{43,77 - X}{43,77 - 55,76}$
$v = 36$	$Q = \dots?$	
$v = 40$	$Q = 55,76$	$X = 50,964$



e. Keputusan : Terima H_0

f. Kesimpulan : Ada kesamaan pendapat tentang variabel tersebut.

LAMPIRAN E

- Ⓢ Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian Awal
- Ⓢ Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian Keseluruhan

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER PENELITIAN AWAL

📍 Pelayanan Harapan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	45	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	63

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	212.20	524.936	.312	.966
A2	211.69	530.446	.357	.965
A3	211.76	530.371	.325	.965
A4	212.02	527.568	.305	.966
A5	211.73	526.836	.513	.965
A6	211.84	529.271	.348	.965
A7	211.78	529.222	.371	.965
A8	211.60	530.564	.450	.965
A9	211.60	530.564	.450	.965
A10	212.13	527.345	.396	.965
A11	212.18	529.104	.306	.966
A12	211.89	522.646	.450	.965
A13	211.80	525.027	.507	.965
A14	211.89	523.192	.517	.965
A15	211.69	522.765	.526	.965
A16	211.71	524.528	.579	.965
A17	211.98	521.068	.590	.965
A18	211.80	524.936	.564	.965
A19	211.80	522.482	.680	.965
A20	212.18	525.422	.372	.965
A21	211.93	524.109	.560	.965
A22	211.82	521.195	.536	.965
A23	211.82	520.377	.600	.965
A24	212.09	515.901	.747	.964
A25	212.07	516.382	.726	.964
A26	211.91	515.674	.709	.964
A27	211.82	520.649	.590	.965
A28	212.20	515.891	.580	.965
A29	212.07	522.564	.538	.965
A30	211.96	521.680	.665	.965
A31	212.07	514.473	.750	.964
A32	211.73	522.473	.735	.965
A33	211.76	521.734	.675	.965
A34	212.00	525.364	.502	.965
A35	211.89	525.919	.488	.965
A36	211.91	523.628	.536	.965
A37	212.16	516.680	.572	.965
A38	212.27	523.200	.421	.965
A39	212.31	515.810	.643	.965
A40	212.36	513.780	.577	.965
A41	212.40	517.064	.505	.965
A42	212.56	518.934	.601	.965
A43	212.60	513.336	.639	.965
A44	212.38	516.149	.540	.965
A45	212.29	513.846	.575	.965
A46	212.22	515.040	.635	.965
A47	212.47	516.482	.566	.965
A48	212.29	524.392	.294	.966
A49	212.40	506.836	.778	.964
A50	212.47	505.482	.773	.964
A51	212.13	512.800	.780	.964
A52	212.04	521.634	.571	.965
A53	212.24	512.098	.675	.965
A54	212.56	515.389	.600	.965
A55	212.84	524.362	.347	.966
A56	212.47	509.800	.643	.965
A57	212.31	507.537	.747	.964
A58	212.18	514.922	.655	.965
A59	212.11	520.010	.568	.965
A60	212.20	522.618	.470	.965
A61	211.91	523.537	.589	.965
A62	211.89	521.328	.635	.965
A63	211.96	519.998	.679	.965

🌀 Pelayanan Minimum**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	45	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.978	63

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	104.53	430.027	.625	.978
A2	104.51	428.665	.643	.977
A3	104.49	431.665	.564	.978
A4	104.49	430.119	.584	.978
A5	104.44	430.662	.583	.978
A6	104.42	429.295	.671	.977
A7	104.44	428.207	.708	.977
A8	104.49	430.710	.615	.978
A9	104.53	430.164	.618	.978
A10	104.51	435.892	.333	.978
A11	104.49	430.165	.582	.978
A12	104.56	427.753	.667	.977
A13	104.53	427.527	.591	.978
A14	104.60	428.564	.616	.978
A15	104.56	431.662	.533	.978
A16	104.62	430.377	.579	.978
A17	104.51	430.846	.594	.978
A18	104.51	428.619	.645	.977
A19	104.56	425.207	.726	.977
A20	104.60	425.882	.685	.977
A21	104.47	425.073	.720	.977
A22	104.62	433.422	.430	.978
A23	104.60	430.473	.579	.978
A24	104.53	429.709	.642	.978
A25	104.53	432.573	.495	.978
A26	104.49	425.846	.792	.977
A27	104.60	428.245	.631	.978
A28	104.58	427.840	.655	.977
A29	104.60	433.518	.429	.978
A30	104.47	429.891	.676	.977
A31	104.60	424.155	.818	.977
A32	104.49	427.074	.732	.977
A33	104.53	427.800	.673	.977
A34	104.53	431.845	.532	.978
A35	104.56	424.253	.717	.977
A36	104.56	427.071	.698	.977
A37	104.44	430.207	.678	.977
A38	104.47	428.073	.698	.977
A39	104.42	427.931	.742	.977
A40	104.44	427.616	.738	.977
A41	104.44	424.980	.736	.977
A42	104.51	432.119	.528	.978
A43	104.47	428.027	.641	.978
A44	104.44	427.753	.731	.977
A45	104.53	431.391	.555	.978
A46	104.44	431.071	.513	.978
A47	104.49	424.801	.675	.977
A48	104.53	429.982	.571	.978
A49	104.51	429.256	.614	.978
A50	104.56	429.116	.603	.978
A51	104.47	425.573	.753	.977
A52	104.49	424.483	.789	.977
A53	104.44	427.662	.735	.977
A54	104.56	431.525	.540	.978
A55	104.53	429.618	.588	.978
A56	104.44	422.934	.825	.977
A57	104.47	423.027	.807	.977
A58	104.38	423.604	.789	.977
A59	104.60	428.745	.664	.977
A60	104.62	430.695	.563	.978
A61	104.47	431.709	.518	.978
A62	104.58	431.931	.468	.978
A63	104.49	431.756	.505	.978

UJI RELIABILITAS KUESIONER PENELITIAN KESELURUHAN

📍 Pelayanan Harapan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	105	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	63

📍 Pelayanan Minimum

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	105	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	105	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.984	63

LAMPIRAN F

© Hasil Pengolahan Analisis Faktor

HASIL PENGOLAHAN ANALISIS FAKTOR**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.727
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6003.351
	df	1953
	Sig.	.000

		Anti-image Matrices																															
		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32
Averages/Columns	A1	.737 ^m	-.068	-.120	-.378	-.072	.206	-.251	.183	-.023	.037	-.037	.210	.238	-.061	.000	.009	-.024	.023	-.281	.100	.167	-.150	.088	.387	-.362	.046	-.129	.067	-.129	.076	-.286	-.054
	A2	-.068	.728 ^m	-.811	.046	.143	-.293	.195	-.310	.308	.094	.009	-.015	-.296	.133	.307	-.356	.296	.175	-.229	-.061	-.130	-.078	.047	.129	-.121	-.091	.261	.288	.063	-.051	-.285	-.076
	A3	-.120	-.811	.663 ^m	.126	-.119	.250	-.167	.146	-.303	-.070	-.052	-.199	.137	-.156	-.314	.380	-.222	-.094	.317	.082	-.002	.163	-.038	-.206	.175	.062	-.161	-.227	-.056	-.090	.368	.134
	A4	-.378	.046	.126	.726 ^m	-.009	-.050	-.058	.080	-.212	-.079	.178	-.287	-.294	-.204	-.117	.218	-.073	.019	.104	-.008	-.025	-.168	.129	-.413	.294	-.178	.080	.052	.251	-.137	.280	.141
	A5	-.072	.143	-.119	-.009	.666 ^m	-.422	.495	-.274	.097	.212	-.172	-.233	-.217	.058	.083	-.197	.036	-.083	.061	-.165	-.212	.180	-.263	.062	-.015	-.062	.122	.168	.027	.049	-.350	-.048
	A6	.206	-.293	.250	-.050	-.422	.626 ^m	-.866	.569	-.586	.040	.016	.163	.186	-.342	-.185	.366	-.255	.099	.053	.148	.223	-.012	-.006	-.216	.200	.024	.103	-.105	.098	-.272	.187	.409
	A7	-.251	.195	-.167	-.058	.495	-.866	.632 ^m	-.678	.636	.050	-.180	-.129	-.251	.329	-.169	-.344	.215	-.090	.053	-.040	-.274	.001	-.129	.300	-.253	.064	.012	.052	-.252	.348	-.212	.425
	A8	.183	-.310	.146	.080	-.274	.569	-.678	.634 ^m	-.863	-.129	.221	.186	.189	-.166	-.121	.183	-.008	-.158	.052	-.036	.242	-.166	.032	-.303	.278	-.028	-.072	-.129	.432	-.210	.247	.175
	A9	-.023	.308	-.303	-.212	.097	-.586	.636	-.863	.588 ^m	.112	-.265	.050	-.126	.261	.155	-.325	.150	.135	-.131	.056	-.132	.042	-.047	.448	-.421	.021	-.007	.142	-.467	.311	-.268	-.358
	A10	.037	.094	-.070	-.079	.212	.040	.050	-.129	.112	.674 ^m	-.760	-.019	-.188	-.196	-.226	.077	.080	-.081	.091	.096	.096	-.056	.052	.129	-.165	-.429	.192	.384	.031	-.345	-.081	.138
	A11	-.037	.009	-.052	.178	-.172	.016	-.180	.221	-.265	-.760	.760 ^m	-.139	.078	.071	.222	.004	-.080	-.197	-.261	-.060	-.097	-.005	.123	-.204	.182	.225	-.167	-.135	.225	.117	.035	.014
	A12	.210	-.015	-.199	-.287	-.233	.163	-.129	.186	.050	-.019	-.139	.695 ^m	-.082	.007	.030	-.063	-.025	-.171	-.005	.153	.311	-.112	-.278	.110	-.068	.034	-.067	-.208	-.040	.103	.002	-.258
	A13	.238	-.296	.137	-.294	-.217	.186	-.251	.189	-.126	-.188	.078	-.082	.867 ^m	-.182	-.072	.119	-.071	-.009	-.088	-.068	-.055	.188	.129	.157	-.186	.134	-.236	-.065	-.170	-.029	.002	.006
	A14	-.061	.133	-.156	-.204	.058	-.342	.329	-.166	.261	-.196	.071	.007	-.182	.739 ^m	.248	-.402	.029	.153	-.145	-.004	-.250	-.037	-.264	.116	-.044	.413	-.067	-.212	-.071	.368	.012	-.291
	A15	.000	.307	-.314	-.117	.083	-.185	.169	-.121	.155	-.226	.222	.030	-.072	.248	.629 ^m	-.597	.172	.464	-.517	-.057	-.240	-.234	.019	.205	-.157	.160	.198	.095	.047	.217	-.416	-.022
	A16	.009	-.356	.380	.218	-.197	.366	-.344	.183	-.325	.077	.004	-.063	.119	-.402	-.597	.609 ^m	-.279	-.338	.331	.154	.260	.241	-.060	-.216	.121	-.049	-.228	-.160	-.109	.160	.357	.251
	A17	-.024	.296	-.222	-.073	.036	-.255	.215	-.008	.150	.080	-.080	-.025	-.071	.029	.172	-.279	.699 ^m	-.025	-.055	-.040	-.124	-.134	.130	.301	-.394	-.039	.057	.213	.025	-.065	-.026	-.167
	A18	.283	.175	-.094	.019	-.083	.009	-.090	-.158	.135	-.081	.197	-.171	-.009	.153	.464	-.338	.025	.809 ^m	-.736	.079	-.354	-.114	.240	-.002	-.060	.018	.256	.277	.096	-.090	-.157	.222
	A19	-.021	-.229	.317	.104	.061	.053	.053	.052	-.131	.091	-.261	-.005	-.088	-.145	-.517	.331	-.055	.736	.786 ^m	-.175	.096	.269	-.251	-.196	.208	-.024	-.198	-.344	-.042	.068	.282	-.115
	A20	.100	-.061	.082	-.008	-.165	.148	-.040	-.036	.056	.096	-.060	.153	-.068	-.004	-.057	.154	-.040	.079	-.175	.742 ^m	-.089	-.346	.115	.087	-.220	-.036	-.030	-.099	-.114	.115	.271	-.149
	A21	.167	-.130	-.002	-.025	-.212	.223	-.274	.242	-.132	.096	-.097	.311	-.055	-.250	-.240	.260	-.124	.354	.096	-.089	.813 ^m	-.179	.156	-.039	.075	-.207	-.266	-.071	.078	-.124	.098	.048
	A22	-.150	-.078	.163	-.168	.180	-.012	.001	-.166	.042	-.056	-.005	-.112	.188	-.037	-.234	.241	-.134	-.114	.269	-.346	-.179	.721 ^m	-.521	-.037	.099	.149	-.131	-.152	-.140	-.091	-.092	.099
	A23	.088	.047	-.038	.129	-.263	-.006	-.129	.032	-.047	.052	.123	-.278	.129	-.264	.019	-.060	.130	.240	.251	.115	.156	-.521	.616 ^m	-.066	-.011	-.448	-.027	.255	.212	-.249	.066	.256
	A24	.387	.129	-.206	-.413	.062	-.216	.300	-.303	.448	.129	-.204	.110	.157	.116	.205	-.216	.301	-.002	-.196	.087	-.039	-.037	-.066	.718 ^m	-.925	.176	-.127	.191	-.337	.167	-.425	-.421
	A25	-.362	-.121	.175	.294	-.015	.200	-.253	.278	-.421	-.165	.182	-.068	-.186	-.044	-.157	.211	-.394	-.060	.208	-.220	.075	.099	-.011	-.925	.700 ^m	-.132	.127	-.212	.283	.161	.272	.409
	A26	.046	-.091	.062	-.178	-.062	.024	.064	-.028	.021	-.429	.225	.034	.134	.413	.160	-.049	-.039	.011	-.024	-.036	-.207	.149	-.448	.176	-.132	.769 ^m	-.198	-.445	-.241	.299	.100	-.248
	A27	-.129	.261	-.161	.080	.122	.103	.012	-.027	-.007	.192	-.167	-.067	-.236	-.067	.198	-.228	.057	.256	-.198	-.030	-.266	-.131	-.027	-.127	.127	-.198	.753 ^m	.285	-.022	-.164	-.219	.250
	A28	.067	.288	-.227	.052	.168	-.105	.052	-.129	.142	.384	-.135	-.208	-.065	-.212	.095	-.160	.213	.277	-.344	-.099	-.071	-.152	.255	.191	-.212	-.445	.285	.680 ^m	.022	-.279	-.503	.198
	A29	-.129	.063	-.056	.251	.027	.098	-.252	.432	-.467	.031	.225	-.040	-.170	-.071	.047	-.109	.025	.096	-.042	-.114	.078	-.140	.212	-.337	.283	-.241	-.022	.022	.763 ^m	-.392	-.119	.176
	A30	.076	-.051	-.090	-.137	.049	-.272	.348	-.210	.311	-.345	.117	.103	-.029	.368	.217	-.160	-.065	-.090	.068	.115	-.124	-.091	-.249	.167	-.161	.299	-.164	-.279	.392	.748 ^m	-.155	.396
	A31	-.286	-.285	.368	.280	-.350	.187	-.212	.247	-.268	.081	.035	.002	.002	.012	-.416	.357	-.026	-.157	.282	.271	.098	-.092	.066	-.425	.272	.100	-.219	-.503	.119	-.155	.761 ^m	-.030
	A32	-.054	-.076	.134	.141	-.048	.409	-.425	.175	-.358	.138	.014	-.258	.006	-.291	-.022	.251	-.167	.222	-.115	-.149	.048	.099	.256	-.421	.409	-.248	.250	.198	.176	.396	-.030	.800 ^m
A33	-.105	-.054	-.026	.008	.019	-.334	.337	-.279	.350	.125	-.028	.307	-.119	.141	-.194	-.025	-.292	-.433	.349	.017	.140	.034	-.310	-.006	.086	.083	-.352	-.307	.232	.347	.086	-.586	
A34	.107	.370	-.312	.044	.334	-.332	.326	-.210	.226	.213	-.202	-.032	-.165	-.156	.258	-.304	.282	-.039	-.130	-.205	-.131	-.084	.089	.233	-.199	-.313	.423	.314	-.031	.114	-.448	-.095	
A35	.204	-.040	-.028	-.064	-.183	-.251	.226	-.218	.338	-.151	.071	.082	.190	-.025	.057	.030	.211	-.023	-.165	.412	.043	-.314	.242	.441	-.546	.129	-.355	-.104	-.235	.115	.323		
A36	-.120	-.102	.124	-.016	.167	.273	-.269	.298	-.384	.097	-.031	-.028	-.107	.008	-.043	-.006	-.164	.020	.107	-.370	-.032	.357	-.328	-.411	.495	-.042	.291	.100	.190	-.175	-.154	.326	
A37	.065	.012	-.112	-.109	.115	-.118	.102	-.047	.045	-.206	.116	.073	.002	.297	.296	-.192	-.391	.049	-.134	-.184	-.132	.032	-.223	.018	.178	.166	.049	-.086	-.072	.211	-.136	-.116	
A38	-.173	-.092	.044	-.089	.089	-.004	.049	.028	-.082	-.356	.177	.173	.076	.137	.171	-.146	-.313	.024	.001	-.132	.085	.171	-.288	-.099	.223	.222	.039	-.252	.025	.137	-.078	-.126	
A39	.139	.064	-.102	.034	.124	-.268	.148	-.159	.161	.238	-.043	-.329	.027	-.120	.075	-.012	.061	.153	-.277	.083	.021	-.132	.362	.183	-.216	-.238	-.071	.259	-.029	.012	-.173	-.006	
A40	-.201	-.211	.312	.353	.194	.012	-.029	-.106	-.093	.200	-.045	-.341	-.075	-.255	-.429	.385	-.294	.040	.270	.104	-.162	.230	-.023	-.357	.210	-.263	-.009	.100	.151	-.038	.164	.156	
A41	-.009	.177	-.177	-.236	-.263	.065	-.059	.198	-.060	-.246	.074	.291	.013	.219	.287	-.236	.269	-.025	-.069	-.144	.127	-.072	-.025	.083	.012	.267	.058	-.251	-.080	-.018	.053	-.033	
A42	.083	-.314	.361	.057	-.062	.173	-.112	-.134	-.010	.030	.031	-.184	.088	-.188	-.421	.448	-.361	-.148	.200	.120													

Anti-image Matrices

	A33	A34	A35	A36	A37	A38	A39	A40	A41	A42	A43	A44	A45	A46	A47	A48	A49	A50	A51	A52	A53	A54	A55	A56	A57	A58	A59	A60	A61	A62	A63
A1	-1.05	.107	.204	-.120	.065	-.173	-.139	-.201	-.009	.083	.083	-.012	.024	.056	-.328	.236	-.120	.072	.023	.063	-.177	.257	-.055	-.049	-.022	.019	.029	-.092	.140	.213	
A2	-.054	.370	-.040	-.102	.012	-.092	.064	-.211	-.177	-.314	.173	-.097	.040	-.021	.168	-.173	.272	-.238	-.020	.041	-.162	.015	.014	.035	.182	-.142	-.100	-.182	-.069	.092	.058
A3	-.026	-.312	-.028	.124	-.112	.044	-.102	.312	-.177	.361	-.162	-.003	.010	.067	-.174	.156	-.341	.345	-.110	-.028	.160	.093	-.111	-.025	-.219	.064	.193	.229	.280	-.112	-.199
A4	.008	.044	-.064	-.016	-.109	-.089	.034	.353	-.236	.057	-.118	-.099	.101	-.019	-.021	.004	-.251	.301	-.034	-.116	.076	.086	-.026	-.088	.093	.042	-.195	.022	.164	.022	-.138
A5	.019	.334	-.183	.167	.115	.089	.124	.194	-.263	-.062	.112	.003	.060	-.104	.089	.203	-.048	-.074	.164	.211	-.322	.328	-.241	.051	-.009	.069	.297	-.277	-.180	-.039	-.138
A6	-.334	-.332	-.251	.273	-.118	-.004	-.268	.012	.065	.173	-.104	-.041	-.064	-.245	-.204	.052	-.183	-.386	-.111	.318	-.069	-.062	.069	-.103	-.149	-.005	.120	.320	-.023	.026	
A7	.337	.326	.226	-.269	.102	.049	.148	-.029	-.059	-.112	-.084	.021	.064	.272	.237	.049	.174	-.190	.342	.089	-.277	.141	-.117	.115	.047	.079	.078	-.067	-.260	.076	-.149
A8	-.279	-.210	-.218	.298	-.047	.028	-.159	-.106	.198	-.134	.099	-.085	-.001	.182	-.084	.092	-.120	.010	-.144	-.147	.068	-.015	.112	-.030	.096	.059	.022	-.029	.052	.081	.155
A9	.350	.226	.338	-.384	-.045	-.082	.161	-.093	-.060	-.010	-.085	-.005	.080	-.213	.160	-.112	.330	-.177	.141	.150	-.080	-.139	.045	.050	-.011	-.100	-.061	.053	-.062	-.017	.002
A10	-.125	.213	-.151	.097	-.206	-.356	.238	.200	-.246	.030	.073	-.005	.111	.098	-.002	-.100	.151	-.153	-.234	.064	.120	-.138	-.110	.030	.259	-.340	.164	-.174	.192	.007	-.121
A11	-.028	-.202	.071	-.031	.116	.177	-.043	-.045	.074	.031	-.066	.060	-.081	.020	-.076	-.023	-.188	.091	.206	-.132	-.162	.101	.155	-.099	.000	.243	-.144	.051	-.069	.100	.052
A12	.307	-.032	.082	-.028	.073	.173	-.329	-.341	.291	-.184	.051	-.087	.243	-.096	.210	-.016	.203	-.300	-.308	.090	.065	-.205	.078	-.119	-.006	-.050	-.055	-.135	-.108	.082	.418
A13	-.119	-.165	.190	-.107	.002	.076	.027	-.075	.013	.088	-.025	.112	-.336	.153	-.272	-.081	.121	.132	.276	-.034	.075	-.008	.201	-.127	-.145	.057	.017	.233	-.039	-.049	.012
A14	.141	-.156	-.025	.008	.297	.137	-.120	-.255	.219	-.188	-.231	-.034	.046	-.222	.170	.272	.002	-.110	.131	-.031	-.252	-.027	-.048	.345	-.170	.241	.054	.054	-.306	.074	.080
A15	-.194	.258	.057	-.043	.296	.171	.075	-.429	.287	-.421	.109	.006	-.128	-.004	.195	.000	.236	-.387	.194	-.098	-.456	.183	-.066	.231	.113	-.120	.070	-.115	-.184	.392	-.049
A16	-.025	-.304	.030	-.006	-.192	-.146	-.012	.385	-.236	.448	-.151	.015	.025	.106	-.233	.099	-.323	.416	-.221	-.103	.412	-.005	-.084	-.079	-.148	-.038	-.184	.262	.253	-.195	-.049
A17	-.292	.282	.211	-.164	-.391	-.313	.061	-.294	.269	-.361	.183	-.350	-.041	.223	.214	-.119	.589	-.353	.017	-.256	-.232	.222	-.056	.083	.146	-.260	-.212	.152	.128	.325	-.047
A18	-.433	-.039	-.023	.020	.049	.024	-.153	-.040	-.025	-.143	.012	.003	-.142	.103	-.049	-.111	.141	-.200	.015	-.091	-.172	.013	.151	.049	.222	-.154	-.171	.042	.088	.341	-.094
A19	.349	-.130	-.165	.107	-.134	.001	-.277	.270	-.069	.200	.018	-.047	.124	-.109	.103	.114	.228	.347	-.116	.069	.266	.052	-.239	.134	-.280	.200	.010	.106	.050	.391	.050
A20	.017	-.205	.412	-.370	-.184	-.132	.083	.104	.144	.120	.308	-.181	.066	.147	-.099	.000	.040	.078	-.087	-.282	.048	.005	-.012	.183	.211	-.330	-.382	.295	.244	.312	.002
A21	.140	-.131	.043	-.032	-.132	-.085	.021	-.162	.127	.122	.162	.197	.003	.043	-.113	-.148	.029	.478	-.245	.144	.348	-.323	.279	-.164	.031	-.039	-.015	-.147	-.021	-.178	.322
A22	.034	-.084	-.314	.357	.032	.171	-.132	.230	-.072	.147	.095	.079	.005	-.123	.107	.127	-.250	.187	-.070	.321	-.002	.076	-.218	-.080	-.313	.223	.112	.005	-.040	-.412	.148
A23	-.310	.089	-.242	-.328	-.223	-.288	-.362	-.023	-.205	.006	.126	.192	-.289	.416	-.335	-.485	.256	-.100	.118	-.248	.085	-.031	.441	-.467	.422	-.246	-.251	.040	.189	.210	-.192
A24	-.006	.233	.441	-.411	.018	-.099	.183	-.357	.083	-.076	.006	-.047	-.027	-.022	-.144	-.041	.444	-.309	.207	.085	-.164	-.113	.156	.232	.070	-.179	.035	.100	-.107	.267	.046
A25	.086	-.199	-.546	.495	.178	.223	-.216	.210	.012	.045	.072	.194	-.025	-.045	.091	.072	-.446	.205	-.198	.088	.069	.086	-.112	-.174	-.143	.220	.151	-.259	.007	-.377	.011
A26	.083	.413	.129	-.042	.166	.222	-.238	-.263	.267	.071	-.244	-.069	.088	-.319	-.005	.342	-.137	.078	.214	.013	-.078	.052	-.095	.364	-.437	.297	-.094	.290	-.255	.040	.093
A27	-.352	-.223	-.355	.291	.049	.039	-.071	-.009	.058	-.292	.138	-.191	.055	.045	.284	.086	-.066	-.066	-.213	.029	-.087	.215	-.293	.210	-.003	-.152	.272	-.207	.166	.106	-.282
A28	-.307	.314	-.104	.100	-.086	-.252	.259	.100	-.251	-.055	.054	.084	-.037	.151	-.052	-.220	.280	-.267	.038	.003	-.117	-.113	.142	-.042	.441	-.300	.249	-.312	.178	.187	-.178
A29	-.232	-.031	-.235	.190	-.072	-.025	-.029	.151	-.080	-.101	.123	-.031	.009	.155	-.003	-.104	-.096	-.089	-.079	-.196	.054	-.016	.085	-.223	.333	.073	.000	-.235	.016	.137	.045
A30	.347	-.114	.225	-.175	.211	.137	.012	-.038	-.018	-.029	-.167	-.025	.023	-.341	.189	.108	.003	-.109	.240	-.115	-.046	.037	-.130	.063	-.158	.192	-.059	.261	-.393	.079	-.031
A31	.086	-.448	.115	-.154	-.366	-.078	-.173	.164	.053	.221	-.248	-.187	.096	.045	.042	.065	-.299	.352	-.092	-.304	.308	-.004	-.117	.010	.110	.098	-.429	.380	-.258	-.088	-.026
A32	-.586	.095	-.323	.326	-.116	-.126	-.006	.156	-.033	.051	.220	.115	-.149	.307	-.054	-.110	.154	.062	.162	.134	.079	.123	-.073	.162	-.004	-.085	.019	-.092	.257	.125	.168
A33	.735*	-.067	.148	-.173	.296	.215	-.104	.025	-.065	.165	-.242	.150	.196	-.464	.104	.060	-.207	.174	.082	.313	.062	-.300	.065	.005	-.148	.259	.088	-.126	-.272	-.378	.293
A34	-.067	.735*	-.064	-.046	.049	-.102	.193	-.135	.039	-.333	.314	-.148	.071	.042	.074	-.151	.314	-.197	.074	.133	-.248	.221	-.066	-.056	.035	-.180	.209	-.283	-.014	.174	-.184
A35	.148	-.064	.550*	-.878	-.143	-.207	.220	-.149	-.032	.153	-.284	-.183	.038	.095	-.191	-.054	.310	.028	.303	-.272	-.002	-.077	.200	-.031	.146	-.131	-.407	.417	.065	.225	.012
A36	-.173	-.046	-.878	.613*	.055	.206	-.171	.161	.011	-.145	.219	.132	.029	-.076	.199	.137	-.327	-.057	-.318	.284	-.047	.092	-.187	.067	-.132	.102	.374	-.375	-.141	-.228	.093
A37	.296	.049	-.143	.055	.729*	.295	-.003	-.229	.110	-.159	-.025	.278	-.163	-.253	-.070	.239	-.336	-.114	.282	-.274	-.110	.020	.148	-.084	.164	.419	-.285	-.302	-.158	.028	.028
A38	.215	-.102	-.207	.206	.295	.725*	-.299	-.125	.124	-.212	-.067	.082	-.052	-.025	.091	.210	-.230	-.056	-.052	.291	-.115	.020	-.089	.255	-.175	.135	.314	-.275	-.226	-.120	.094
A39	-.104	-.193	.220	-.171	-.003	-.299	.819*	.013	-.182	-.006	-.029	.192	-.081	.090	-.269	-.179	.092	-.145	.253	.071	-.297	-.022	.244	-.171	.351	-.247	.055	-.058	-.104	.064	-.212
A40	.025	-.135	-.149	.161	-.229	-.125	.013	.626*	-.838	.436	-.233	.015	.039	-.055	-.041	.026	-.412	.535	-.027	-.063	.277	.100	-.217	-.170	.107	.101	-.108	.117	.194	-.180	-.191
A41	-.065	-.039	-.032	.011	.110	.124	-.182	-.838	.670*	-.496	.300	-.133	.052	.019	.242	-.028	.230	-.388	-.124	.061	-.165	-.019	.090	-.169	-.173	-.001	-.010	-.063	-.211	.100	.148
A42	.165	-.333	.153	-.145	-.159	-.212	-.006	.436	-.496	.574*	-.475	.193	-.009	-.218	-.361	.011	-.272	.528	.015	-.082	.390	-.203	-.012	-.166	-.109	.167	-.232	.308	.219	-.233	.050
A43	-.242	.314	-.284	.219	-.025	-.067	-.029	-.233	.300	-.475	.760*	-.068	-.078	.219	.043	-.185	.256	-.399	-.085	.194	-.113	.190	.041	-.245	-.056	-.110	.249	-.352	.020	-.044	-.021
A44	.150	-.148	-.183	.132	.278	.082	.192	.015	-.133	.193	-.068	.840*	-.571	-.091	-.257	-.270	-.102	-.034													

Communalities

	Initial	Extraction
A1	1.000	.359
A2	1.000	.778
A3	1.000	.694
A4	1.000	.422
A5	1.000	.570
A6	1.000	.677
A7	1.000	.636
A8	1.000	.738
A9	1.000	.689
A10	1.000	.436
A11	1.000	.571
A12	1.000	.512
A13	1.000	.627
A14	1.000	.502
A15	1.000	.538
A16	1.000	.603
A17	1.000	.492
A18	1.000	.655
A19	1.000	.695
A20	1.000	.584
A21	1.000	.560
A22	1.000	.687
A23	1.000	.649
A24	1.000	.712
A25	1.000	.689
A26	1.000	.664
A27	1.000	.643
A28	1.000	.579
A29	1.000	.518
A30	1.000	.566
A31	1.000	.733
A32	1.000	.655
A33	1.000	.674
A34	1.000	.610
A35	1.000	.661
A36	1.000	.682
A37	1.000	.530
A38	1.000	.465
A39	1.000	.701
A40	1.000	.634
A41	1.000	.617
A42	1.000	.435
A43	1.000	.546
A44	1.000	.685
A45	1.000	.624
A46	1.000	.556
A47	1.000	.430
A48	1.000	.406
A49	1.000	.655
A50	1.000	.564
A51	1.000	.506
A52	1.000	.472
A53	1.000	.679
A54	1.000	.650
A55	1.000	.294
A56	1.000	.629
A57	1.000	.706
A58	1.000	.550
A59	1.000	.666
A60	1.000	.358
A61	1.000	.668
A62	1.000	.619
A63	1.000	.673

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	20.062	31.845	31.845	20.062	31.845	31.845	7.954	12.625	12.625
2	4.887	7.757	39.602	4.887	7.757	39.602	7.207	11.440	24.066
3	3.154	5.007	44.608	3.154	5.007	44.608	6.996	11.105	35.171
4	2.875	4.564	49.173	2.875	4.564	49.173	5.353	8.496	43.667
5	2.350	3.730	52.903	2.350	3.730	52.903	4.414	7.006	50.673
6	2.114	3.356	56.259	2.114	3.356	56.259	3.100	4.921	55.594
7	1.933	3.069	59.328	1.933	3.069	59.328	2.352	3.733	59.328
8	1.770	2.809	62.137						
9	1.621	2.573	64.710						
10	1.491	2.367	67.077						
11	1.267	2.010	69.087						
12	1.244	1.975	71.062						
13	1.147	1.821	72.884						
14	1.112	1.765	74.648						
15	1.040	1.651	76.299						
16	.999	1.586	77.885						
17	.922	1.464	79.349						
18	.873	1.386	80.735						
19	.840	1.334	82.069						
20	.772	1.226	83.295						
21	.741	1.176	84.472						
22	.739	1.173	85.644						
23	.648	1.029	86.674						
24	.626	.994	87.668						
25	.597	.948	88.616						
26	.539	.856	89.472						
27	.513	.814	90.286						
28	.456	.724	91.010						
29	.424	.673	91.682						
30	.399	.633	92.316						
31	.388	.616	92.932						
32	.373	.593	93.525						
33	.364	.577	94.102						
34	.347	.551	94.653						
35	.321	.510	95.164						
36	.286	.455	95.618						
37	.254	.404	96.022						
38	.234	.372	96.394						
39	.227	.360	96.754						
40	.200	.318	97.071						
41	.173	.275	97.346						
42	.164	.261	97.607						
43	.153	.243	97.850						
44	.146	.232	98.082						
45	.137	.218	98.300						
46	.133	.212	98.512						
47	.117	.185	98.697						
48	.112	.178	98.875						
49	.107	.169	99.044						
50	.093	.147	99.191						
51	.084	.133	99.324						
52	.082	.130	99.454						
53	.066	.105	99.559						
54	.056	.088	99.647						
55	.044	.070	99.717						
56	.038	.061	99.778						
57	.032	.051	99.829						
58	.030	.048	99.877						
59	.024	.038	99.915						
60	.019	.029	99.944						
61	.016	.025	99.969						
62	.013	.021	99.990						
63	.006	.010	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
A1							
A2	.541			.541			
A3				.525			
A4							
A5		.548					
A6	.544						
A7	.579						
A8		.569					
A9							
A10							
A11			.547				
A12							
A13	.676						
A14	.576						
A15	.524						
A16							
A17	.561						
A18	.678						
A19	.737						
A20							
A21	.628						
A22							
A23		.536					
A24	.698						
A25	.664						
A26	.661						
A27	.543						
A28	.541						
A29	.528						
A30	.574						
A31	.730						
A32	.757						
A33	.656						
A34	.610						
A35						.620	
A36	.508					.600	
A37	.515						
A38							
A39	.637						
A40	.521				.512		
A41							
A42							
A43	.529						
A44	.646						
A45	.605						
A46	.644						
A47	.559						
A48							
A49	.611						
A50	.637						
A51	.630						
A52	.525						
A53	.630						
A54	.516						
A55							
A56							
A57	.695						
A58	.617						
A59	.580						.516
A60							
A61	.619						
A62	.634						
A63	.706						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 7 components extracted.

Rotated Component Matrix

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
A1							
A2				.828			
A3				.780			
A4			.614				
A5				.518			
A6				.573			
A7				.597			
A8				.800			
A9				.776			
A10			.593				
A11			.692				
A12			.598				
A13			.621				
A14							
A15		.626					
A16		.629					
A17							
A18			.627				
A19			.633				
A20			.594				
A21			.519				
A22							.512
A23							
A24			.613				
A25			.641				
A26		.552					
A27		.745					
A28		.614					
A29		.637					
A30		.547					
A31		.664					
A32							
A33		.601					
A34							
A35						.750	
A36						.744	
A37						.518	
A38							
A39	.502						
A40					.737		
A41					.719		
A42							
A43	.636						
A44	.692						
A45	.692						
A46		.512					
A47							
A48	.521						
A49	.501	.627					
A50	.580						
A51							
A52		.570					
A53	.709						
A54	.780						
A55							
A56	.742						
A57	.750						
A58	.599						
A59							.505
A60							
A61					.640		
A62							
A63					.580		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

LAMPIRAN G

© Hasil Pengolahan ZOT

HASIL PENGOLAHAN ZOT

Palayanan Harapan

1. Faktor Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Responden (n)	Variabel							
	27	28	29	30	31	33	46	49
1	4	4	4	4	4	4	2	2
2	3	3	3	4	3	3	3	2
3	3	3	3	3	4	3	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	4	4	4	4	3
6	4	3	4	4	4	4	3	4
7	4	3	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	3	3
9	4	4	4	4	3	4	3	4
10	4	3	3	4	4	4	3	3
11	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	2	4	4	3	4	4	3
13	4	3	3	4	4	4	4	4
14	3	3	4	3	3	4	4	3
15	4	3	3	4	4	4	4	4
16	4	4	3	3	4	4	4	4
17	4	2	3	3	3	4	3	3
18	3	2	2	3	3	3	2	2
19	3	4	3	3	3	4	3	2
20	4	4	4	4	4	4	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	3
22	4	3	3	3	3	3	3	3
23	3	4	3	3	3	4	3	2
24	3	4	3	3	3	3	3	2
25	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	3	3	3	3	4	3	3
27	4	4	4	4	4	4	3	3
28	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	3	4	4	3	4	4	4
31	4	4	4	3	3	4	3	3
32	4	4	3	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	3	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4
36	3	3	3	3	3	3	3	2

Responden (n)	Variabel							
	27	28	29	30	31	33	46	49
37	4	3	3	3	3	4	4	3
38	4	3	3	3	3	4	4	3
39	4	2	3	3	3	4	3	3
40	4	2	3	3	3	4	2	3
41	3	3	3	3	3	3	3	2
42	3	3	4	3	3	3	2	2
43	1	1	2	3	1	2	1	1
44	3	2	3	3	2	3	3	2
45	3	3	3	3	3	3	3	2
46	4	4	4	4	4	4	3	3
47	4	4	4	4	4	4	3	4
48	3	3	3	3	3	4	3	2
49	3	2	2	3	3	3	3	3
50	4	3	3	3	3	4	3	4
51	4	3	4	3	3	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	3	3	4	3	4	4	4
54	4	3	4	4	4	4	3	4
55	2	3	4	4	3	3	3	2
56	3	4	4	3	4	3	3	4
57	4	4	3	3	4	4	2	3
58	3	4	3	4	4	4	4	4
59	4	4	4	3	4	3	3	4
60	4	4	3	4	4	4	3	3
61	3	3	4	4	4	3	4	3
62	4	3	3	3	3	4	2	3
63	4	3	4	4	3	4	3	4
64	4	3	4	4	3	4	3	3
65	3	3	3	3	3	3	2	3
66	3	4	4	4	4	4	3	2
67	4	3	3	3	3	3	3	2
68	3	3	3	3	3	3	3	4
69	3	3	3	3	3	4	3	4
70	4	3	4	4	3	3	3	3
71	3	3	3	3	3	3	3	3
72	4	3	3	3	3	4	4	4

Responden (n)	Variabel							
	27	28	29	30	31	33	46	49
73	4	3	3	3	3	3	3	2
74	4	4	4	4	4	4	3	2
75	4	4	4	4	4	4	4	3
76	3	3	4	4	3	3	3	2
77	3	3	3	4	4	3	3	3
78	3	3	3	3	3	4	2	3
79	4	4	4	4	4	4	4	4
80	3	3	4	4	4	3	4	3
81	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	3	3	4	3	3	3	3
83	3	3	3	3	3	3	3	3
84	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	3	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	3	4
87	4	4	4	4	4	4	3	4
88	4	3	4	4	3	4	3	3
89	4	4	4	4	4	4	3	3
90	3	3	3	3	3	3	3	3
91	3	3	3	3	3	3	3	3
92	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	3	4	4	3	4	3	4
94	4	4	4	4	4	3	3	4
95	4	2	3	4	4	4	4	4
96	4	3	3	3	3	3	3	3
97	3	3	2	3	3	3	3	3
98	4	4	4	4	4	4	4	4
99	3	3	3	3	3	3	3	3
100	4	3	4	3	3	4	3	4
101	4	4	3	4	4	4	4	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	4	4	4
104	3	4	3	3	2	2	2	2
105	4	4	4	4	4	4	4	4
Rata-rata	3,648	3,343	3,476	3,571	3,457	3,648	3,248	3,238
Rata-rata Keseluruhan	3,454							

Contoh perhitungan untuk variabel 27 :

$$\text{Rata - rata} = \frac{4 + 3 + 3 + \dots + 4}{105} = 3,648$$

$$\text{Rata-rata keseluruhan} = \frac{3,648 + 3,343 + 3,476 + \dots + 3,238}{8} = 3,454$$

2. Faktor Sumber Daya Manusia (*People*)

Responden (n)	Variabel					
	18	19	20	21	24	25
1	4	4	3	4	4	4
2	4	4	3	4	3	3
3	4	4	4	4	3	3
4	4	4	3	4	4	4
5	4	4	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	3
7	4	4	4	4	4	4
8	4	4	3	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4
12	4	4	2	4	3	3
13	4	4	3	3	4	4
14	4	3	4	4	4	4
15	4	4	3	4	3	3
16	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4
18	3	3	3	3	3	3
19	4	4	4	3	4	4
20	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4
22	3	4	3	3	3	3
23	4	4	4	3	4	4
24	4	4	4	4	3	4
25	4	4	4	4	4	4
26	4	4	3	4	3	3
27	4	4	4	3	3	3
28	4	4	3	4	4	4
29	3	4	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3	3
31	4	4	4	3	3	3
32	4	4	3	4	4	4
33	4	4	3	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4
36	3	3	2	3	3	3

Responden (n)	Variabel					
	18	19	20	21	24	25
37	3	3	3	3	3	3
38	3	3	1	3	2	2
39	3	3	3	4	3	3
40	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3	3
42	3	3	3	3	2	2
43	4	3	3	3	2	2
44	3	3	3	3	3	3
45	3	3	3	3	3	3
46	4	4	4	4	3	3
47	4	4	4	4	4	4
48	3	3	3	3	3	3
49	3	3	3	3	3	3
50	4	4	4	4	3	3
51	4	4	4	3	3	3
52	4	4	4	4	4	4
53	3	3	4	4	3	3
54	3	3	3	3	3	3
55	3	3	2	2	3	4
56	3	4	4	4	3	3
57	4	4	3	4	4	4
58	4	4	4	4	3	3
59	3	4	3	3	4	4
60	3	3	3	4	3	3
61	4	4	4	4	3	3
62	3	4	4	4	2	2
63	3	3	3	3	3	3
64	3	3	3	3	3	3
65	3	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3	2
67	3	3	3	3	2	2
68	3	3	3	3	3	3
69	3	3	3	3	3	3
70	3	3	3	3	3	3
71	3	3	3	3	3	3
72	3	3	3	4	3	3

Responden (n)	Variabel					
	18	19	20	21	24	25
73	3	3	3	3	3	3
74	4	4	3	4	4	4
75	4	4	3	4	4	4
76	3	3	3	3	3	3
77	3	3	3	3	3	3
78	3	3	2	3	2	2
79	4	4	4	4	3	3
80	4	4	4	4	3	3
81	4	4	4	4	4	4
82	3	3	3	3	3	3
83	3	3	3	3	3	3
84	4	4	4	4	3	3
85	4	4	3	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4
87	3	3	3	3	3	3
88	4	3	3	4	3	3
89	4	4	4	4	4	4
90	3	3	3	3	3	3
91	3	3	3	3	3	3
92	4	4	4	4	4	4
93	3	3	3	3	3	3
94	3	3	3	3	3	3
95	4	4	3	3	4	4
96	3	3	3	3	3	3
97	3	3	3	3	3	3
98	4	4	4	4	3	3
99	4	4	3	3	3	3
100	4	3	3	4	3	3
101	4	4	3	4	3	3
102	3	3	3	3	4	4
103	4	4	4	4	4	4
104	2	3	3	3	2	3
105	4	4	4	4	4	4
Rata-rata	3,533	3,552	3,305	3,495	3,276	3,295
Rata-rata Keseluruhan	3,410					

Contoh perhitungan untuk variabel 18 :

$$\text{Rata - rata} = \frac{4 + 4 + 4 + \dots + 4}{105} = 3,533$$

$$\text{Rata-rata keseluruhan} = \frac{3,533 + 3,552 + 3,305 + \dots + 3,295}{6} = 3,410$$

3. Faktor Produk (Product)

Responden (n)	Variabel						
	2	3	5	6	7	8	9
1	4	4	4	3	4	4	4
2	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	3	3	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4
9	3	3	4	3	3	4	4
10	4	4	4	3	3	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	3	3	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	3	3	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4
19	3	3	4	3	3	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4
21	4	3	4	4	4	4	4
22	4	4	3	3	4	4	4
23	3	3	4	3	3	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	3	3	4	4
27	3	3	3	3	3	3	3
28	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4
31	3	3	4	3	3	3	3
32	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	3	4	4	3	3

Responden (n)	Variabel						
	2	3	5	6	7	8	9
37	4	4	3	4	4	4	4
38	4	4	3	4	4	4	4
39	4	3	3	4	4	4	4
40	3	3	3	3	3	4	4
41	3	3	3	3	3	3	3
42	3	3	4	4	4	4	4
43	4	4	3	3	3	3	3
44	4	4	3	4	4	4	4
45	3	3	4	3	3	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	3	3	4	4
50	4	4	3	3	3	4	4
51	4	4	4	3	3	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4
53	3	4	4	3	3	3	3
54	4	4	4	3	3	4	4
55	4	4	4	4	3	3	4
56	4	4	3	4	4	3	4
57	3	3	4	4	3	3	3
58	3	2	2	2	3	2	2
59	3	3	4	3	2	2	3
60	4	4	4	3	3	4	4
61	3	3	3	3	3	3	4
62	4	4	4	3	3	4	4
63	4	4	4	3	3	4	4
64	4	4	4	3	2	4	4
65	3	3	3	3	3	3	3
66	4	4	4	3	2	4	4
67	3	3	4	3	3	4	4
68	3	3	3	3	3	3	3
69	4	4	3	3	3	3	3
70	4	4	4	3	2	4	4
71	3	3	3	3	3	3	3
72	3	3	4	3	3	3	3

Responden (n)	Variabel						
	2	3	5	6	7	8	9
73	4	4	4	3	3	4	4
74	4	4	4	3	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4
76	3	3	3	3	3	3	3
77	3	3	4	4	2	2	3
78	3	3	4	4	4	4	4
79	4	4	3	4	4	4	4
80	3	3	3	3	3	3	4
81	4	4	4	4	4	4	4
82	3	3	3	3	3	3	3
83	3	3	4	2	2	4	4
84	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	3	4	4	4	4
88	3	3	3	3	3	3	3
89	4	4	4	4	4	4	4
90	3	3	3	3	3	3	3
91	3	3	3	3	3	3	3
92	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	3	3	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	3	3	4	4
96	3	3	4	3	3	3	3
97	4	4	4	3	3	4	4
98	4	4	3	4	4	4	4
99	3	3	3	3	3	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4
101	4	4	4	3	3	4	4
102	4	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	4	4
104	2	3	2	2	1	2	3
105	4	4	4	4	4	4	4
Rata-rata	3,695	3,676	3,695	3,476	3,438	3,724	3,781
Rata-rata Keseluruhan	3,641						

Contoh perhitungan untuk variabel 2 :

$$\text{Rata - rata} = \frac{4 + 4 + 4 + \dots + 4}{105} = 3,695$$

$$\text{Rata-rata keseluruhan} = \frac{3,695 + 3,676 + 3,695 + \dots + 3,781}{7} = 3,641$$

4. Faktor Harga (*Price*)

Responden (n)	Variabel	
	40	41
1	3	3
2	4	4
3	3	3
4	4	4
5	4	4
6	2	2
7	3	3
8	4	4
9	3	3
10	3	2
11	4	4
12	4	4
13	4	3
14	4	4
15	2	2
16	2	2
17	3	2
18	3	3
19	4	4
20	3	3
21	4	4
22	3	3
23	4	4
24	3	2
25	4	4
26	2	2
27	2	2
28	4	4
29	3	3
30	4	4
31	1	3
32	3	3
33	4	4
34	4	4
35	4	4
36	3	2

Responden (n)	Variabel	
	40	41
37	3	3
38	3	3
39	3	3
40	4	4
41	2	2
42	1	1
43	2	3
44	2	2
45	3	3
46	3	3
47	3	3
48	3	3
49	2	2
50	3	3
51	3	3
52	4	4
53	4	4
54	3	3
55	3	4
56	4	3
57	4	3
58	3	3
59	4	4
60	3	3
61	3	4
62	3	3
63	2	2
64	3	3
65	3	3
66	3	3
67	4	4
68	3	3
69	3	3
70	4	4
71	3	3
72	4	4

Responden (n)	Variabel	
	40	41
73	3	3
74	2	2
75	4	4
76	3	3
77	2	2
78	3	3
79	3	3
80	3	4
81	4	4
82	3	3
83	3	3
84	3	4
85	3	3
86	3	3
87	3	3
88	3	3
89	3	3
90	2	2
91	3	3
92	4	4
93	2	2
94	3	3
95	4	4
96	3	3
97	3	3
98	3	3
99	3	3
100	3	3
101	4	4
102	3	3
103	4	4
104	1	2
105	3	3
Rata-rata	3,114	3,124
Rata-rata Keseluruhan	3,119	

Contoh perhitungan untuk variabel 40 :

$$\text{Rata - rata} = \frac{3 + 4 + 3 + \dots + 3}{105} = 3,114$$

$$\text{Rata-rata keseluruhan} = \frac{3,114 + 3,124}{2} = 3,119$$

5. Faktor Proses (*Process*)

Responden (n)	Variabel		
	35	36	37
1	3	3	3
2	4	4	3
3	4	4	4
4	4	4	4
5	3	3	4
6	4	4	3
7	4	4	3
8	4	4	4
9	3	3	3
10	4	4	3
11	4	4	4
12	3	3	2
13	4	4	4
14	3	4	4
15	4	4	4
16	3	3	4
17	4	4	3
18	3	3	3
19	3	3	2
20	4	4	4
21	4	4	4
22	3	3	4
23	3	3	3
24	4	3	3
25	4	4	4
26	4	4	4
27	3	3	3
28	4	4	4
29	4	4	4
30	4	4	4
31	4	4	1
32	4	4	4
33	4	4	4
34	4	4	4
35	4	4	4
36	3	2	2

Responden (n)	Variabel		
	35	36	37
37	4	4	3
38	3	3	3
39	4	4	4
40	3	3	2
41	4	4	3
42	3	3	3
43	3	3	3
44	3	3	2
45	3	3	3
46	4	4	4
47	4	4	2
48	3	3	3
49	2	3	3
50	3	3	3
51	3	3	3
52	4	4	4
53	1	1	3
54	3	3	2
55	4	3	3
56	3	4	4
57	4	2	3
58	4	4	4
59	4	4	4
60	3	3	2
61	4	4	4
62	4	4	4
63	3	3	2
64	3	3	3
65	3	3	3
66	4	4	4
67	4	3	4
68	3	3	3
69	3	3	3
70	4	3	3
71	3	3	3
72	2	3	3

Responden (n)	Variabel		
	35	36	37
73	3	3	3
74	3	3	3
75	4	4	3
76	3	3	3
77	3	4	4
78	4	4	3
79	3	3	4
80	4	4	4
81	4	4	4
82	3	3	3
83	3	3	3
84	4	4	4
85	4	4	4
86	4	4	2
87	4	4	3
88	4	4	3
89	4	4	4
90	3	3	3
91	3	3	3
92	4	4	4
93	3	3	2
94	4	4	4
95	4	4	3
96	4	4	3
97	4	4	3
98	3	3	4
99	3	3	3
100	3	3	3
101	4	4	3
102	3	3	3
103	4	4	4
104	3	2	2
105	4	4	3
Rata-rata	3,505	3,476	3,267
Rata-rata Keseluruhan	3,416		

Contoh perhitungan untuk variabel 35 :

$$\text{Rata - rata} = \frac{3 + 4 + 4 + \dots + 4}{105} = 3,505$$

$$\text{Rata-rata keseluruhan} = \frac{3,505 + 3,476 + 3,267}{3} = 3,416$$

Palayanan Minimum

1. Faktor Promosi (Promotion)

Responden (n)	Variabel								
	39	43	44	45	53	54	56	57	58
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	2	1	2	2	2	2	2	1	2
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	1	1	2	2	1	1	2	2	1
6	2	1	2	1	2	1	1	1	1
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8	2	2	2	2	2	2	2	1	2
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2
10	2	2	2	2	2	2	2	2	2
11	2	2	1	1	2	2	2	2	2
12	1	2	1	1	2	2	2	2	2
13	1	1	1	1	1	1	1	1	2
14	2	2	2	2	2	2	2	2	2
15	2	2	2	2	2	2	2	2	2
16	2	2	2	2	2	2	2	2	2
17	2	2	2	1	2	2	2	2	2
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	2	2	2	2	2	2	2	2	2
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2
22	2	2	2	1	1	1	2	2	2
23	2	2	2	2	2	2	2	2	2
24	2	2	2	2	2	2	2	2	2
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2
26	2	2	2	2	2	2	2	2	2
27	1	2	2	2	1	2	1	1	2
28	2	1	1	2	2	2	2	2	2
29	2	1	2	2	2	1	2	2	2
30	2	1	2	2	2	1	2	2	2
31	2	3	2	2	2	2	2	2	3
32	2	2	2	2	2	2	2	2	2
33	2	2	1	1	1	2	1	1	1
34	1	2	1	1	1	1	1	1	1
35	2	2	2	2	2	2	2	2	2
36	2	2	2	2	2	2	1	2	1

Responden (n)	Variabel								
	39	43	44	45	53	54	56	57	58
37	2	2	2	2	1	1	2	2	2
38	2	1	2	2	2	1	1	1	2
39	1	1	1	1	2	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41	2	2	2	2	2	2	2	2	2
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	3	3	3	1	3	1	4	4	4
44	2	2	2	2	2	2	2	2	2
45	2	2	2	2	2	2	2	2	2
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1
47	2	2	2	2	2	2	2	2	2
48	2	2	2	2	2	2	2	2	2
49	2	2	1	1	1	2	2	2	2
50	2	1	1	1	2	2	2	2	2
51	2	2	1	1	2	2	1	1	1
52	2	2	1	1	2	2	2	2	2
53	2	2	2	2	1	1	2	2	1
54	1	2	1	2	2	2	2	2	2
55	2	2	2	2	1	1	2	1	1
56	1	2	2	2	2	2	1	2	1
57	2	1	2	2	2	2	1	1	2
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2
59	2	1	2	1	3	3	4	4	4
60	1	1	1	2	2	2	2	2	2
61	2	2	2	2	3	1	3	3	1
62	1	2	2	2	2	4	3	3	3
63	1	1	1	1	1	1	1	2	2
64	2	2	2	2	2	2	2	2	2
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2
66	2	2	2	2	2	2	2	2	2
67	1	1	1	1	1	1	1	1	1
68	2	2	2	2	2	2	2	2	2
69	2	2	2	2	2	2	2	1	2
70	1	1	1	1	3	1	1	1	1
71	1	2	2	2	1	2	2	2	2
72	2	2	2	2	2	1	1	2	2

Responden (n)	Variabel								
	39	43	44	45	53	54	56	57	58
73	1	2	1	1	1	1	1	1	1
74	1	1	1	1	1	1	1	1	1
75	2	2	2	2	2	2	2	2	2
76	1	1	1	1	1	1	1	1	1
77	1	1	1	1	1	1	1	1	2
78	3	4	3	3	1	1	3	3	3
79	3	3	3	3	3	2	3	3	3
80	2	2	2	2	3	1	3	3	1
81	2	1	2	2	1	2	1	1	2
82	1	1	1	2	1	1	2	1	1
83	2	2	2	2	2	2	2	2	2
84	1	1	1	1	1	1	1	1	1
85	2	2	2	1	2	2	2	2	2
86	2	2	2	2	2	2	2	2	2
87	1	1	2	2	2	1	2	2	2
88	1	1	1	1	1	1	1	1	1
89	2	2	2	2	2	2	2	2	2
90	2	2	2	2	2	2	2	2	2
91	3	3	3	1	3	3	2	4	4
92	1	1	1	1	1	1	1	1	1
93	1	1	1	1	1	1	2	2	2
94	1	2	2	2	1	1	1	1	1
95	1	1	1	1	1	1	1	1	1
96	1	1	1	1	1	1	1	1	1
97	1	1	1	1	1	1	1	1	1
98	3	3	3	3	3	2	3	3	3
99	2	2	2	2	2	2	2	2	2
100	2	2	1	1	2	1	2	2	2
101	2	3	2	3	2	3	3	3	2
102	2	2	2	2	2	2	2	2	2
103	2	2	2	2	2	2	2	2	2
104	2	1	2	2	2	2	3	3	1
105	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Rata-rata	1,714	1,724	1,705	1,667	1,743	1,648	1,790	1,800	1,790
Rata-rata Keseluruhan	1,731								

Contoh perhitungan untuk variabel 39 :

$$\text{Rata - rata} = \frac{1 + 2 + 2 + \dots + 1}{105} = 1,714$$

$$\text{Rata-rata keseluruhan} = \frac{1,714 + 1,724 + 1,705 + \dots + 1,790}{9} = 1,731$$

2. Faktor Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Responden (n)	Variabel							
	27	28	29	30	31	33	46	49
1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	2	1	2	2	2
3	2	2	2	2	2	2	2	1
4	1	2	1	1	1	1	2	1
5	2	1	1	2	1	2	2	1
6	1	1	1	1	1	1	1	2
7	1	1	1	1	1	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1	2	2
9	2	2	2	2	2	2	2	2
10	2	2	2	2	2	2	2	2
11	1	2	2	2	2	2	2	2
12	1	2	2	2	2	2	2	1
13	1	1	1	2	1	1	1	1
14	2	2	2	2	2	2	2	2
15	2	2	2	2	2	2	2	2
16	2	2	2	2	2	2	2	2
17	1	1	1	2	2	2	1	2
18	1	1	1	1	1	1	1	1
19	2	2	2	2	2	2	2	2
20	2	2	2	2	2	2	2	2
21	2	2	2	2	2	2	2	2
22	1	1	1	2	2	2	1	1
23	2	2	2	2	2	2	2	2
24	2	2	2	2	2	2	2	2
25	2	2	2	2	2	2	2	2
26	2	2	2	2	2	2	2	2
27	1	1	2	2	1	1	1	2
28	2	2	2	2	2	2	2	2
29	2	1	2	2	2	2	2	2
30	2	2	2	2	1	2	2	2
31	1	1	1	2	2	1	2	3
32	2	2	2	1	1	1	1	2
33	1	2	2	1	1	1	2	2
34	1	1	1	1	1	1	1	1
35	2	2	2	2	2	2	2	2
36	2	1	1	2	1	1	2	1

Responden (n)	Variabel							
	27	28	29	30	31	33	46	49
37	1	2	2	2	2	1	1	1
38	1	2	2	2	1	1	1	1
39	2	2	1	1	1	2	2	2
40	2	1	1	1	1	2	1	1
41	2	2	2	2	2	2	2	2
42	1	1	2	1	1	1	3	1
43	3	3	1	2	3	3	3	2
44	2	1	1	2	2	2	2	2
45	2	2	2	2	2	2	2	2
46	3	1	1	3	1	1	3	1
47	2	2	2	2	2	2	2	2
48	2	2	2	2	2	2	2	2
49	1	2	2	2	2	1	1	1
50	2	2	2	2	2	2	2	2
51	2	2	2	2	2	1	1	1
52	1	2	2	2	2	2	2	2
53	1	2	2	2	1	2	1	2
54	2	2	1	1	1	2	1	2
55	1	1	2	3	1	1	2	2
56	1	2	2	1	2	2	1	2
57	2	1	2	1	2	2	2	2
58	2	2	2	2	2	2	2	2
59	3	4	4	4	3	4	3	2
60	2	2	2	2	1	1	1	2
61	3	2	3	3	3	1	3	3
62	2	3	2	1	2	3	3	2
63	2	1	1	1	1	2	1	2
64	2	2	2	2	2	2	4	2
65	2	2	2	2	2	2	2	4
66	2	2	1	2	2	2	1	2
67	2	2	2	2	2	2	4	4
68	2	2	2	2	2	2	2	2
69	2	2	2	2	2	2	2	2
70	1	1	1	1	1	2	1	1
71	2	2	2	2	2	2	2	2
72	2	2	2	2	1	2	2	2

Responden (n)	Variabel							
	27	28	29	30	31	33	46	49
73	3	2	2	2	2	1	1	1
74	1	1	1	1	1	1	1	1
75	2	2	2	2	2	3	3	2
76	1	1	1	1	1	1	1	1
77	2	2	2	2	2	2	2	2
78	3	3	3	4	4	4	4	3
79	3	3	3	3	3	3	3	3
80	3	2	3	3	3	1	3	3
81	2	2	2	2	2	2	2	2
82	2	2	1	1	1	1	1	1
83	2	2	2	2	2	2	2	2
84	1	1	1	1	1	1	1	1
85	2	2	2	1	1	1	1	2
86	2	2	2	2	2	2	2	2
87	2	2	2	1	2	2	2	1
88	1	1	1	1	1	1	1	1
89	2	2	2	2	2	2	2	2
90	2	2	2	2	2	2	2	2
91	3	3	1	2	3	3	3	2
92	1	1	1	1	1	1	1	1
93	2	1	1	1	1	2	1	2
94	1	1	1	1	1	1	2	2
95	2	1	1	2	2	2	2	2
96	1	1	1	1	1	1	4	4
97	2	1	1	2	1	1	2	1
98	3	3	3	3	3	3	3	3
99	2	2	2	2	2	2	2	2
100	2	2	2	2	2	1	1	1
101	3	3	3	2	3	2	3	3
102	2	2	2	2	2	2	2	2
103	2	2	2	2	2	1	2	2
104	2	2	1	2	1	1	2	2
105	1	1	1	1	1	1	1	1
Rata-rata	1,790	1,762	1,724	1,810	1,724	1,733	1,857	1,838
Rata-rata Keseluruhan	1,780							

Contoh perhitungan untuk variabel 27 :

$$\text{Rata - rata} = \frac{1 + 1 + 2 + \dots + 1}{105} = 1,790$$

$$\text{Rata-rata keseluruhan} = \frac{1,790 + 1,762 + 1,724 + \dots + 1,838}{8} = 1,780$$

3. Faktor Sumber Daya Manusia (*People*)

Responden (n)	Variabel					
	18	19	20	21	24	25
1	1	1	1	1	1	1
2	2	2	1	2	1	1
3	2	2	2	2	2	2
4	2	2	2	2	2	2
5	2	2	1	2	1	1
6	2	1	1	2	2	2
7	1	1	1	1	2	2
8	1	1	1	1	1	1
9	2	2	2	2	2	2
10	2	2	2	2	2	2
11	1	1	2	1	1	1
12	2	1	2	2	2	2
13	1	2	1	1	1	1
14	2	2	2	2	2	2
15	2	2	2	2	2	2
16	2	2	2	2	2	2
17	2	2	2	2	2	1
18	1	1	1	1	1	1
19	2	2	2	2	2	2
20	2	2	2	2	2	2
21	2	2	2	2	2	2
22	2	1	2	2	1	2
23	2	2	2	2	2	2
24	2	2	2	2	2	2
25	2	2	2	2	2	2
26	2	2	1	1	2	2
27	1	1	1	2	2	2
28	2	2	1	2	2	2
29	2	2	1	2	2	2
30	1	1	1	2	1	1
31	2	2	2	2	2	2
32	3	3	3	1	2	2
33	1	1	2	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1
35	2	2	2	2	2	2
36	1	1	1	1	1	2

Responden (n)	Variabel					
	18	19	20	21	24	25
37	2	2	2	2	2	2
38	1	1	1	2	2	2
39	1	1	1	2	1	1
40	2	1	1	1	1	1
41	2	2	2	2	2	2
42	1	1	1	1	1	1
43	2	3	3	4	2	1
44	1	1	1	1	2	2
45	2	2	2	2	2	2
46	1	1	1	1	1	1
47	2	2	2	2	2	2
48	2	2	2	2	2	2
49	1	1	1	2	2	2
50	1	1	1	2	2	2
51	1	1	1	1	1	1
52	1	1	2	1	1	1
53	1	2	2	2	2	2
54	2	1	2	2	1	1
55	1	1	2	1	2	1
56	1	1	1	2	2	2
57	2	2	2	2	1	1
58	2	2	2	2	2	2
59	4	4	3	4	4	3
60	1	1	1	1	1	1
61	3	3	3	2	2	3
62	2	2	1	2	2	3
63	1	1	1	1	1	1
64	2	2	2	2	2	2
65	2	2	2	2	2	2
66	2	2	2	2	2	2
67	2	2	1	1	1	1
68	2	2	2	2	2	2
69	2	2	1	2	2	2
70	1	2	1	1	1	1
71	2	2	2	2	2	2
72	2	2	2	1	2	1

Responden (n)	Variabel					
	18	19	20	21	24	25
73	2	2	2	2	2	2
74	1	1	1	1	1	1
75	2	2	2	2	2	2
76	1	1	1	1	1	1
77	2	2	2	2	2	2
78	2	2	1	1	3	3
79	3	3	3	3	3	3
80	3	3	3	2	2	3
81	2	2	2	2	2	2
82	1	1	1	2	2	2
83	2	2	2	2	2	2
84	1	1	1	1	1	1
85	2	2	2	1	2	2
86	2	2	2	2	2	2
87	2	2	2	2	1	1
88	2	2	1	1	1	1
89	2	2	2	2	2	2
90	2	2	2	2	2	2
91	2	3	3	4	2	1
92	1	1	1	1	1	1
93	1	1	1	1	1	1
94	1	1	1	1	1	1
95	2	2	1	1	1	1
96	1	1	1	1	1	1
97	2	2	2	1	1	1
98	3	3	3	3	3	3
99	2	2	2	2	2	2
100	1	1	2	1	2	2
101	3	3	3	3	2	3
102	2	2	2	2	2	2
103	2	2	2	2	2	2
104	2	3	2	3	2	2
105	1	1	1	1	1	1
Rata-rata	1,733	1,743	1,676	1,743	1,705	1,705
Rata-rata Keseluruhan	1,717					

Contoh perhitungan untuk variabel 18 :

$$\text{Rata - rata} = \frac{1 + 2 + 2 + \dots + 1}{105} = 1,733$$

$$\text{Rata-rata keseluruhan} = \frac{1,733 + 1,743 + 1,676 + \dots + 1,705}{6} = 1,717$$

4. Faktor Produk (*Product*)

Responden (n)	Variabel						
	2	3	5	6	7	8	9
1	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	1	2	2
3	1	1	2	2	2	2	2
4	1	1	1	2	2	1	1
5	1	1	2	2	2	2	2
6	1	1	1	2	1	2	2
7	1	1	1	1	1	1	1
8	1	2	2	2	2	2	1
9	2	2	2	2	2	2	2
10	2	2	2	2	2	2	2
11	2	2	1	2	2	1	1
12	2	2	2	2	2	2	2
13	1	1	2	1	1	2	2
14	2	2	2	2	2	2	2
15	2	2	2	2	2	2	2
16	2	2	2	2	2	2	2
17	1	2	2	2	2	2	1
18	1	1	1	1	1	1	1
19	2	2	2	2	2	2	2
20	2	2	2	2	2	2	2
21	2	2	2	2	2	2	2
22	2	2	2	1	2	2	2
23	2	2	2	2	2	2	2
24	2	2	2	2	2	2	2
25	2	2	2	2	2	2	2
26	2	2	2	2	2	2	2
27	2	2	2	1	1	2	2
28	2	2	2	2	2	2	2
29	2	2	2	2	2	2	2
30	2	2	2	1	1	2	2
31	2	2	1	2	2	2	2
32	1	1	1	2	2	1	1
33	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1
35	2	2	2	2	2	2	2
36	2	1	2	1	1	1	1

Responden (n)	Variabel						
	2	3	5	6	7	8	9
37	1	1	2	2	2	1	1
38	2	2	2	2	2	1	1
39	1	2	2	1	1	1	1
40	2	2	1	2	2	1	1
41	2	2	2	2	2	2	2
42	1	1	1	1	1	1	1
43	3	2	3	3	3	2	2
44	2	2	1	2	2	2	2
45	2	2	2	2	2	2	2
46	1	1	1	1	1	1	1
47	2	2	2	2	2	2	2
48	2	2	2	2	2	2	2
49	1	1	1	2	2	1	1
50	2	2	1	2	2	1	1
51	1	1	1	1	1	2	2
52	2	2	1	2	2	1	1
53	1	2	1	2	2	1	2
54	2	2	1	1	2	2	1
55	2	2	2	2	3	2	1
56	2	1	2	2	1	2	2
57	2	1	2	1	1	1	1
58	1	2	2	2	1	2	2
59	3	4	2	3	2	4	2
60	1	1	2	2	2	1	1
61	2	2	3	2	3	3	1
62	2	2	3	2	1	2	3
63	2	2	2	1	1	2	2
64	2	2	2	2	2	2	2
65	2	2	2	2	2	3	3
66	2	2	2	2	2	2	2
67	1	1	3	1	1	2	2
68	2	2	2	2	2	2	2
69	2	2	2	1	1	2	2
70	1	1	1	1	1	1	1
71	2	2	2	2	2	2	2
72	2	2	2	2	2	2	2

Responden (n)	Variabel						
	2	3	5	6	7	8	9
73	2	2	2	2	2	2	2
74	2	2	2	2	2	2	2
75	2	2	2	2	2	2	2
76	1	1	1	1	1	3	3
77	2	2	2	1	1	3	3
78	2	3	2	3	2	4	4
79	3	3	3	3	3	3	3
80	2	2	3	2	3	3	1
81	1	1	2	1	1	1	1
82	2	2	2	2	2	2	2
83	2	2	2	2	2	2	2
84	1	1	1	1	1	1	1
85	1	1	1	2	2	1	1
86	2	2	2	2	2	2	2
87	2	2	2	2	2	2	2
88	1	1	1	1	1	1	1
89	2	2	2	2	2	2	2
90	2	2	2	2	2	2	2
91	3	2	3	3	3	2	2
92	1	1	1	1	1	1	1
93	2	2	2	1	1	2	2
94	2	2	2	1	1	2	2
95	2	2	2	1	1	2	2
96	1	1	3	1	1	2	2
97	1	1	2	1	1	2	2
98	3	3	3	3	3	3	3
99	2	2	2	2	2	2	2
100	2	2	1	1	1	2	2
101	3	3	3	3	3	3	3
102	2	2	2	2	2	2	2
103	2	2	2	2	2	2	2
104	2	1	3	2	2	2	3
105	2	2	1	1	1	1	1
Rata-rata	1,762	1,771	1,848	1,762	1,743	1,857	1,790
Rata-rata Keseluruhan	1,790						

Contoh perhitungan untuk variabel 2 :

$$\text{Rata - rata} = \frac{2 + 2 + 1 + \dots + 2}{105} = 1,762$$

$$\text{Rata-rata keseluruhan} = \frac{1,762 + 1,771 + 1,848 + \dots + 1,790}{7} = 1,790$$

5. Faktor Harga (*Price*)

Responden (n)	Variabel		Responden (n)	Variabel		Responden (n)	Variabel	
	40	41		40	41		40	41
1	1	1	37	2	1	73	1	2
2	2	2	38	2	2	74	1	1
3	2	2	39	2	2	75	2	2
4	2	2	40	2	2	76	1	1
5	2	2	41	2	2	77	1	1
6	1	1	42	1	1	78	2	3
7	1	1	43	3	4	79	3	3
8	2	2	44	1	1	80	2	2
9	2	2	45	2	2	81	2	2
10	2	2	46	1	1	82	1	1
11	2	2	47	2	2	83	2	2
12	2	1	48	2	2	84	1	1
13	1	1	49	1	1	85	2	2
14	2	2	50	2	2	86	2	2
15	2	2	51	2	2	87	1	1
16	2	2	52	2	2	88	1	1
17	1	2	53	1	2	89	2	2
18	1	1	54	2	1	90	2	2
19	2	2	55	1	3	91	3	4
20	2	2	56	2	1	92	1	1
21	2	2	57	2	2	93	1	1
22	2	2	58	2	2	94	1	1
23	2	2	59	3	3	95	2	2
24	2	2	60	1	1	96	1	1
25	2	2	61	2	2	97	2	2
26	2	2	62	1	2	98	3	3
27	1	1	63	1	1	99	2	2
28	2	2	64	2	2	100	2	2
29	2	2	65	2	2	101	3	3
30	2	2	66	2	2	102	2	2
31	2	2	67	2	2	103	2	2
32	2	2	68	2	2	104	4	2
33	1	1	69	2	2	105	1	1
34	1	1	70	1	1	Rata-rata	1,762	1,790
35	2	2	71	2	2	Rata-rata Keseluruhan	1,776	
36	1	1	72	2	2			

Contoh perhitungan untuk variabel 40 :

$$\text{Rata - rata} = \frac{1 + 2 + 2 + \dots + 1}{105} = 1,762$$

$$\text{Rata-rata keseluruhan} = \frac{1,762 + 1,790}{2} = 1,776$$

6. Faktor Proses (*Process*)

Responden (n)	Variabel			Responden (n)	Variabel			Responden (n)	Variabel		
	35	36	37		35	36	37		35	36	37
1	1	1	1	37	1	1	2	73	2	2	2
2	2	2	2	38	1	1	2	74	1	1	1
3	2	2	2	39	2	2	1	75	2	2	2
4	2	2	2	40	1	1	1	76	1	1	1
5	1	2	2	41	2	2	2	77	1	1	1
6	1	1	1	42	1	1	1	78	2	2	1
7	1	1	2	43	4	3	2	79	3	3	3
8	1	1	1	44	1	1	1	80	2	2	3
9	2	2	2	45	2	2	2	81	2	2	2
10	2	2	2	46	1	1	1	82	1	1	2
11	2	2	2	47	2	2	2	83	2	2	2
12	1	1	2	48	2	2	2	84	1	1	1
13	2	2	2	49	1	1	2	85	1	2	2
14	2	2	2	50	2	2	2	86	2	2	2
15	2	2	2	51	1	1	1	87	2	2	2
16	2	2	2	52	2	2	2	88	1	1	1
17	1	2	2	53	2	2	2	89	2	2	2
18	1	1	1	54	2	1	2	90	2	2	2
19	2	2	2	55	1	2	1	91	4	3	2
20	2	2	2	56	2	2	1	92	1	1	1
21	2	2	2	57	2	1	2	93	1	1	1
22	2	1	2	58	2	2	2	94	2	2	2
23	2	2	2	59	2	3	3	95	2	2	1
24	2	2	2	60	1	1	2	96	1	1	1
25	2	2	2	61	2	2	3	97	2	2	1
26	2	2	2	62	2	2	3	98	3	3	3
27	1	1	2	63	1	1	1	99	1	1	2
28	1	1	2	64	2	2	2	100	1	1	2
29	2	2	2	65	2	2	2	101	2	3	2
30	1	1	2	66	2	2	2	102	2	2	2
31	2	2	2	67	1	1	2	103	2	2	2
32	2	2	2	68	2	2	2	104	1	2	2
33	2	2	1	69	2	1	1	105	1	1	1
34	1	1	1	70	1	1	1	Rata-rata	1,667	1,686	1,771
35	2	2	2	71	2	2	2	Rata-rata Keseluruhan	1,708		
36	1	1	1	72	1	2	2				

Contoh perhitungan untuk variabel 35 :

$$\text{Rata - rata} = \frac{1 + 2 + 2 + \dots + 1}{105} = 1,667$$

$$\text{Rata-rata keseluruhan} = \frac{1,667 + 1,686 + 1,771}{3} = 1,708$$

LAMPIRAN 7

- ⊗ Tabel *Chi-Square*
- ⊗ Tabel r *Product Moment*
- ⊗ Tabel Distribusi Normal

TABEL *Chi-Square*

NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,32	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,486	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

TABEL DISTRIBUSI NORMAL

LAMPIRAN I

© LAHIR DARI SPIRIT PARA INTELEKTUAL

© *CONCEPTUAL UNDERPINNINGS OF LIBQUAL+
[TM]: A TOTAL MARKET SURVEY*

LAHIR DARI SPIRIT PARA INTELEKTUAL

KATA kafe berasal dari bahasa Prancis, *café*, yang secara harfiah diterjemahkan sebagai (minuman) kopi. Namun, tidaklah lantas berarti kafe memiliki pengertian yang sama dengan warung kopi.

Meski fungsinya sama, yakni tempat di mana orang bisa minum kopi sambil bercakap-cakap, tetapi kafe berada dalam pemaknaan budaya yang berbeda. Kafe bisa saja dianggap sebagai warung kopi bagi mereka yang hidup dalam budaya *urban* perkotaan modern, yang karena itu pemaknaan kulturalnya berbeda dengan warung kopi dalam masyarakat tradisional.

Sejak tahun 1990-an, kafe menjadi fenomena menarik di sejumlah kota besar di Indonesia. Keberadaannya langsung menunjuk pada sejenis gaya hidup eksklusif yang kemudian mewabah ke berbagai sudut kota, bahkan hingga ke kota-kota kecil. Dalam perkembangannya, fenomena ini disambut sebagai peluang usaha baru. Kafe-kafe tumbuh dengan berbagai konsep suasana.

Di lokasi strategis di Bandung, kita dengan mudah menemukan kafe-kafe dirancang dalam suasana rumah dengan memanfaatkan teras atau halaman yang luas. Memasuki tahun 2000, sepanjang Jalan Ir. H. Juanda, muncullah konsep kafe tenda. Kafe-kafe yang menggunakan tenda itu berderet di trotoar dengan berbagai sajian makanan dan minuman.

Lambat laun, istilah kafe yang sebelumnya amat asing kemudian jadi memasyarakat. Kafe yang sebelumnya dianggap eksklusif dan hanya ada di perkotaan besar, menyebar hingga ke berbagai daerah. Istilah "kafe", seolah menggantikan kata warung kopi.

Di berbagai kota di daerah-daerah, apa pun yang menyediakan minuman, makanan, dengan sedikit desain interior, plus musik dangdut, dengan cepat memasang plang nama sebagai "kafe". Lokasi dan keberadaannya pun tak harus di pusat kota, bisa di dalam gang atau di tengah kompleks perumahan.

Meski tak pernah ada kejelasan kapan sesungguhnya kafe mulai muncul di Eropa, satu hal yang banyak dicatat, kafe tumbuh seiring dengan bangkitnya kesadaran para intelektual Eropa di Abad ke-18.

Sejumlah sumber menyebut bagaimana kafe muncul pada periode pencerahan, yang ditandai dengan banyaknya penerbitan karya-karya sastra filsafat, jurnal, surat kabar, serta tumbuhnya minat baca di tengah masyarakat. Kafe di sini, menjadi ruang publik tempat masyarakat dari seluruh lapisan berdiskusi.

Di Paris sejumlah nama sastrawan seperti Jean Paul Sartre, Albert Camus, pelukis terkenal Pablo Picasso, Mallarme, hingga Rimbaud, tak bisa dipisahkan dari kafe. Kafe menjadi tempat mereka bertemu dan berdiskusi serta melahirkan banyak gagasan.

Di sisi lain, kafe sebagai ruang publik yang dalam awal kemunculannya hanya menjadi milik kaum lelaki, membuktikan satu hal, yakni betapa sesungguhnya berkumpul dan ngobrol bukan hanya monopoli kaum perempuan.

Bahkan sejak masa Yunani dan Romawi, kaum lelaki amat suka berkumpul dan berkelompok menurut minat mereka masing-masing, yang kemudian disebut dengan klub. Dalam Encyclopedia Americana, klub disebut sebagai kumpulan individu yang memiliki kesamaan minat.

Munculnya klub-klub diskusi inilah yang pada tahun 1652, melahirkan pemaknaan pada sejumlah kedai kopi tempat mereka berkumpul. Kedai-kedai kopi ini pun kemudian terkenal dengan sebutan *Coffee house*. Tempat inilah, yang dalam perkembangannya turut mewarnai bangkitnya kesadaran kritis kaum borjuis terhadap kekuasaan negara.

Menurut Terry Eagleton (1994), di ruang-ruang inilah tradisi kritik Eropa modern lahir dari suatu perjuangan melawan negara absolut. Di sini, seperti disebut pula oleh pemikir terkenal Jurgen Habermas, kedai-kedai kopi telah berkembang menjadi bagian dari institusi sosial di mana setiap individu bisa saling berinteraksi membahas sejumlah permasalahan yang serius.

Kenyataan ini tentunya tak bisa dipisahkan dari kemajuan dan kian meningkatnya perdagangan kopi.

Jika di Prancis umumnya kafe dihuni oleh para sastrawan dan seniman, di berbagai *Coffee house* di Inggris lebih didominasi oleh klub-klub yang beranggotakan para politikus. Di Kedai-kedai kopi inilah orang-orang menemukan

kebebasan menyatakan pendapat dan suasana inilah, ketika itu yang diam-diam dibenci oleh Raja Charles II. Bahkan ia menjuluki *Coffee House* itu dengan sebutan resor, tempat peristirahatan orang yang malas dan tidak puas serta berbahaya.

Meskipun demikian, fenomena kafe-kafe yang menjadi ajang berkumpulnya berbagai komunitas ini, agaknya tetap tak bisa mengubah citra kafe sebagai tempat eksklusif. Dalam pencitraannya, kafe tetaplah menjadi ruang yang serba pragmatis. Tempat orang datang untuk menikmati kehadirannya dalam budaya *urban* perkotaan yang cenderung artifisial. (Ahda Imran)***

CONCEPTUAL UNDERPINNINGS OF LIBQUAL+ [TM]: A TOTAL MARKET SURVEY

**Conceptual Underpinnings of LibQUAL+ [tm]:
A Total Market Survey**

A. Parasuraman
University of Miami

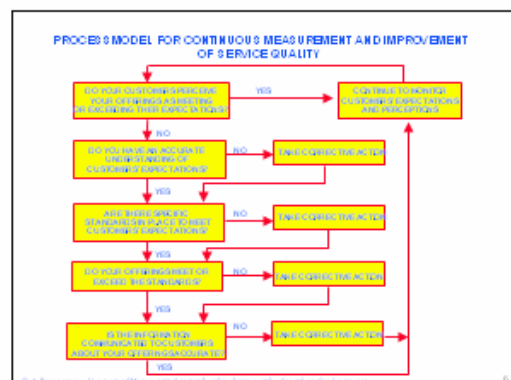
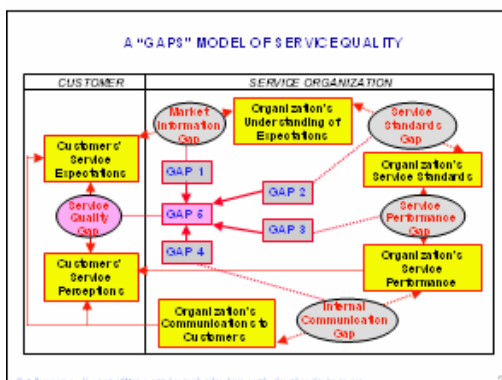
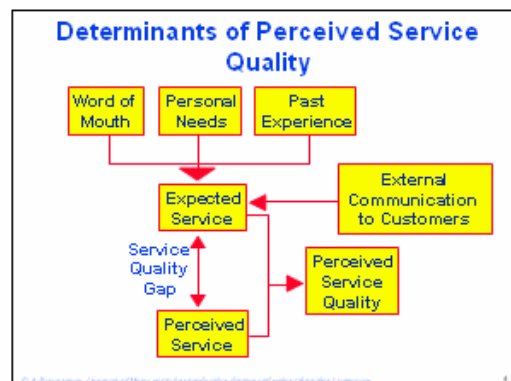
ALA Midwinter Conference
San Diego, CA
January 11, 2004



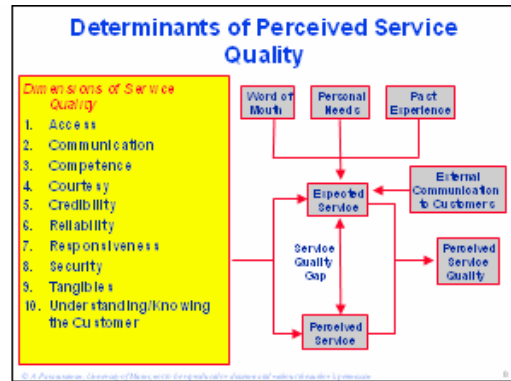

*Defining, Assessing, and Measuring Service
Quality: A Conceptual Overview*

**Multi-Phase, Multi-Sector, Multi-Year
Program of Research to Address the
Following Issues**

- How do customers perceive and evaluate service quality?
- What are managers' perceptions about service quality?
- Do discrepancies exist between the perceptions of customers and those of managers?
- Can customers' and managers' perceptions be combined into a general model of service quality?
- How can service organizations improve customer service and achieve excellence?



SERVQUAL: Development, Refinement, and Empirical Findings

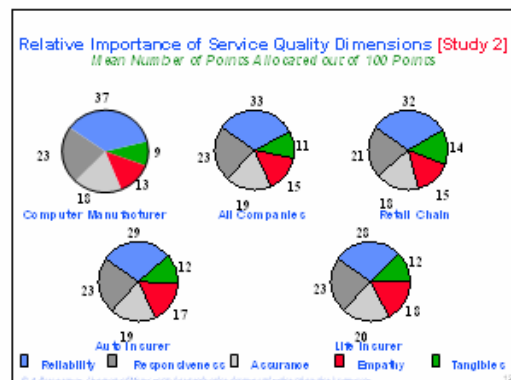
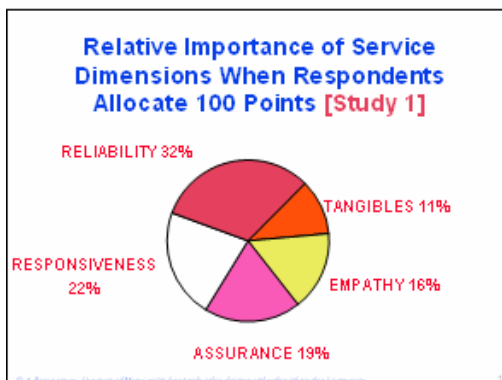


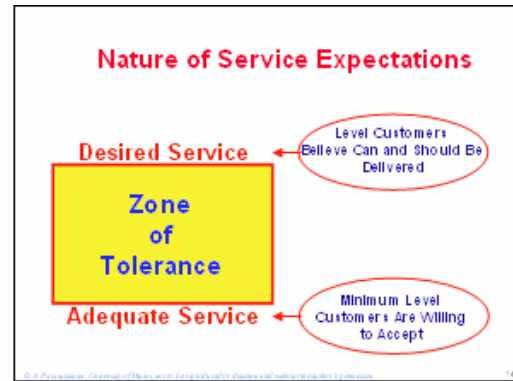
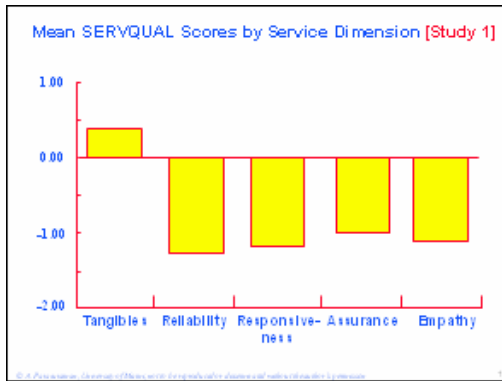
Correspondence between *SERVQUAL* Dimensions and Original Ten Dimension for Evaluating Service Quality

SERVQUAL Dimension

Original Ten Dimensions for Evaluating Service Quality	TANGIBLES	RELIABILITY	RESPONSIVENESS	ASSURANCE	EMPATHY
TANGIBLES	Yes				
RELIABILITY		Yes			
RESPONSIVENESS			Yes		
COMPETENCE				Yes	
COURTESY				Yes	
CREDIBILITY				Yes	
SECURITY				Yes	
ACCESS					Yes
COMMUNICATION					Yes
UNDERSTANDING/KNOWING THE CUSTOMER					Yes

- ### Definitions of the *SERVQUAL* Dimensions
- **Tangibles:** Appearance of physical facilities, equipment, personnel, and communication material.
 - **Reliability:** Ability to perform the promised service dependably and accurately.
 - **Responsiveness:** Willingness to help customers and provide prompt service.
 - **Assurance:** Knowledge and courtesy of employees and their ability to inspire trust and confidence.
 - **Empathy:** Caring, individualized attention the firm provides its customers.





The Two Levels of Expectations Imply Two Corresponding Measures of GAP 5:

Measure of Service Adequacy (MSA) = Perceived Service - Adequate Service

Measure of Service Superiority (MSS) = Perceived Service - Desired Service

TWO APPROACHES FOR MEASURING MSA AND MSS

- Two-Column Format Questionnaire – Direct measures of MSA and MSS
- Three-Column Format Questionnaire – Difference-score measures of MSA and MSS

TWO-COLUMN FORMAT

Please think about the quality of service _____ when you go to the bank. Please think about the level of service _____ that you expect to receive from the bank.

INDICATOR (SERVQUAL LABEL) - How well does the bank meet your expectations for service quality?

INDICATOR (SERVQUAL LABEL) - How well do you expect the bank to meet your expectations for service quality?

For each of the following statements, please indicate the level of service _____ that you expect to receive from the bank. Please indicate the level of service _____ that you expect to receive from the bank.

Statement	Level of Service _____					Level of Service _____				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. The staff are friendly and helpful.										
2. The service is fast and efficient.										

THREE-COLUMN FORMAT

Please think about the quality of service _____ when you go to the bank. Please think about the level of service _____ that you expect to receive from the bank.

INDICATOR (SERVQUAL LABEL) - How well does the bank meet your expectations for service quality?

INDICATOR (SERVQUAL LABEL) - How well do you expect the bank to meet your expectations for service quality?

For each of the following statements, please indicate the level of service _____ that you expect to receive from the bank. Please indicate the level of service _____ that you expect to receive from the bank.

Statement	Level of Service _____					Level of Service _____					Level of Service _____				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. The staff are friendly and helpful.															
2. The service is fast and efficient.															

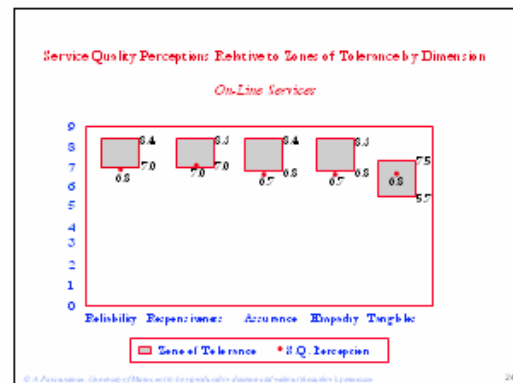
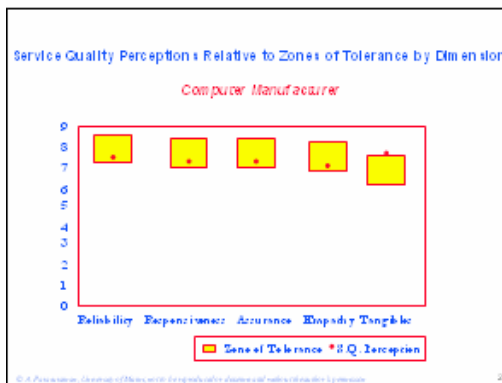
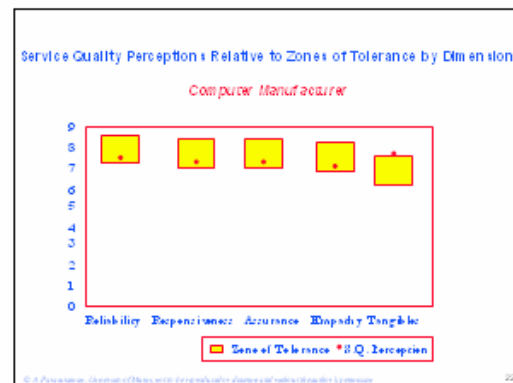
Measurement Error: Percent of Respondents Answering Incorrectly

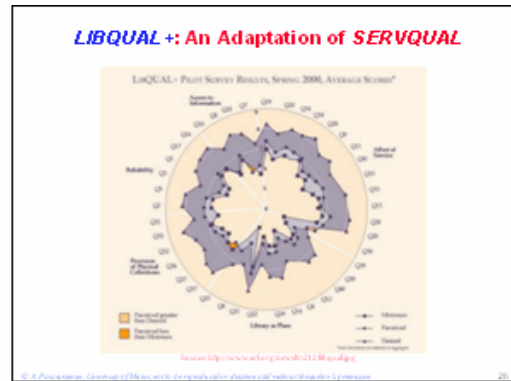
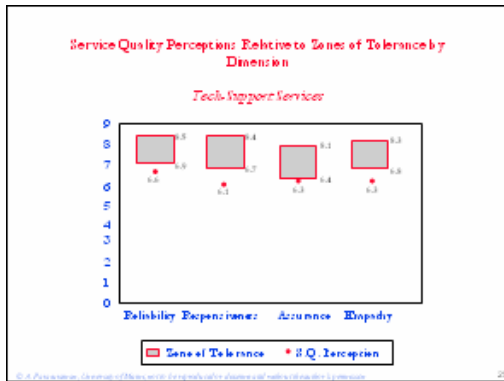
Type of Company	Two-Column Format	Three-Column Format
Computer Manufacturer	8.6%	0.6%
Retail Chain	18.2%	1.8%
Auto Insurer	12.2%	1.6%
Life Insurer	9.9%	2.7%

Mean Service Quality Scores (Combined Across All Companies)

SERVQUAL Dimension	TWO-COLUMN FORMAT QUESTIONNAIRE		THREE-COLUMN FORMAT QUESTIONNAIRE	
	MSS Score c	MSS Score c	MSS Score c	MSS Score c
Reliability	6.8	6.9	0.2	-1.0
Responsiveness	6.7	6.7	0.8	-1.1
Assurance	6.8	6.9	0.4	-0.9
Empathy	6.6	6.6	0.2	-1.2
Tangibles	7.1	6.4	1.1	-0.2

- ### Revised SERVQUAL Items
- Reliability**
 - Providing services as promised
 - Dependability in handling customers' service problems
 - Performing services right the first time
 - Providing services at the promised time
 - Keeping customers informed about when services will be performed
 - Responsiveness**
 - Prompt service to customers
 - Willingness to help customers
 - Readiness to respond to customers' requests
 - Assurance**
 - Employees who instill confidence in customers
 - Making customers feel safe in their transactions
 - Employees who are consistently courteous
 - Employees who have the knowledge to answer customer questions
 - Empathy**
 - Giving customers individual attention
 - Employees who deal with customers in a caring fashion
 - Having the customer's best interest at heart
 - Employees who understand the needs of their customers
 - Tangibles**
 - Modern equipment
 - Neatly appearing facilities
 - Employees who have a neat, professional appearance
 - Neatly appearing materials associated with the service
 - Convenient business hours

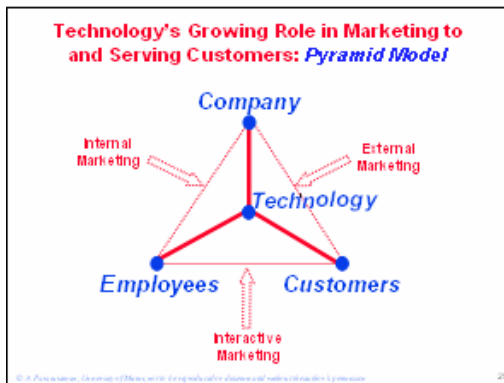




- MULTIPLE METHODS OF LISTENING TO CUSTOMERS**
- Transactional surveys*
 - Mystery shopping
 - New, declining, and lost-customer surveys
 - Focus group interviews
 - Customer advisory panels
 - Service reviews
 - Customer complaint, comment, and inquiry capture
 - Total market surveys*
 - Employee field reporting
 - Employee surveys
 - Service operating data capture
- *A SERVQUAL-type instrument is most suitable for these methods
- © A. Parasuraman, Journal of Macroeconomics, 2004, 26(4), 417-433. All rights reserved.

The Role Of Technology In Service Delivery: Electronic Service Quality (e-SQ) and Technology Readiness (TR)

© A. Parasuraman, Journal of Macroeconomics, 2004, 26(4), 417-433. All rights reserved.



Ongoing Research on e-Service Quality: Conceptual Framework and Preliminary Findings

© A. Parasuraman, Journal of Macroeconomics, 2004, 26(4), 417-433. All rights reserved.

Research Phases and Questions

PHASE 1:

- What is good service on the Web?
- What are the underlying dimensions of superior electronic service quality (e-SQ?)
- How can e-SQ be conceptualized?

PHASE 2:

- How do these dimensions compare to those of traditional service quality?
- How can e-SQ be measured and thereby assessed?

Definition of e-Service Quality (e-SQ)

e-SQ is the extent to which a Website facilitates efficient and effective shopping, purchasing and delivery of products and services.

Dimensions of e-Service Quality from Focus Groups

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Access ▪ Ease of Navigation ▪ Efficiency ▪ Customization/ Personalization ▪ Security/Privacy 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsiveness ▪ Assurance/Trust ▪ Price Knowledge ▪ Site Aesthetics ▪ Reliability ▪ Flexibility
--	---

Reliability

<p>DEFINITION</p> <p><i>Correct technical functioning of the site and the accuracy of service promises, billing and product information.</i></p>	<p>SAMPLE ATTRIBUTES</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Site does not crash ▪ Accurate billing ▪ Accuracy of order ▪ Accuracy of account information ▪ Having items in stock ▪ Truthful information ▪ Merchandise arrives on time
---	---

Efficiency

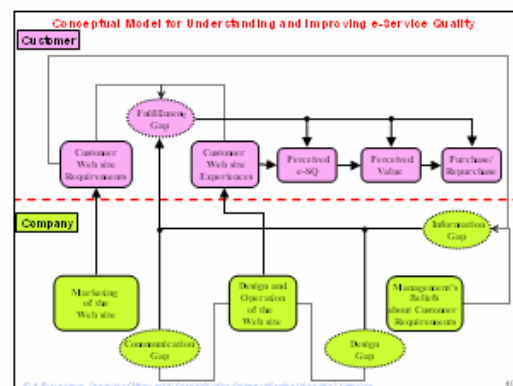
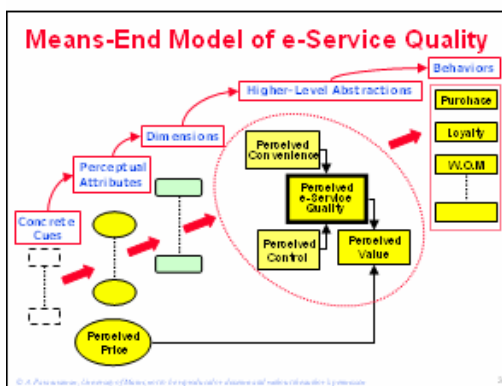
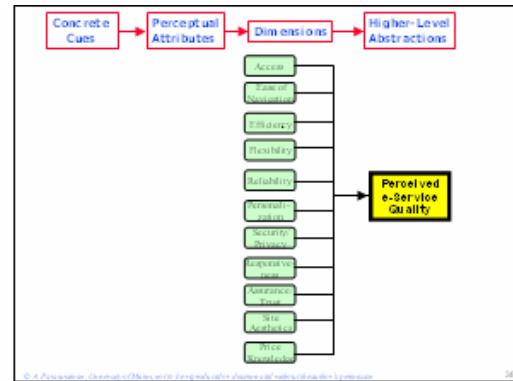
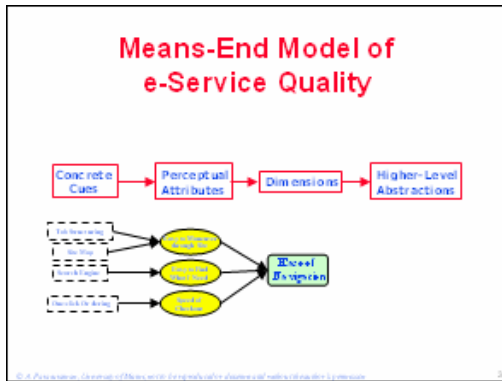
<p>DEFINITION</p> <p><i>The site is simple to use, structured properly, and requires a minimum of information to be input by the customer.</i></p>	<p>SAMPLE ATTRIBUTES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Site is well organized • Site is simple to use • Site provides information in reasonable chunks • Site allows me to click for more information if I need it
---	--

Means-End Model

```

graph LR
    A[Concrete Cues] --> B[Perceptual Attributes]
    B --> C[Dimensions]
    C --> D[Higher-level Abstractions]
    
```

SPECIFIC/ CONCRETE → **ABSTRACT**



- ### e-Service Quality vs. Traditional SQ
- Several dimensions are the same, but specific attributes underlying them are different
 - e-SQ involves some new dimensions
 - Empathy -- and other 'hi-touch' oriented attributes -- do not seem to be as critical for e-SQ except when customers experience problems; preliminary insights from Phase 2 suggest differences between regular and recovery e-SQ
 - Key drivers of regular e-SQ relate to efficiency, fulfillment, reliability, and privacy
 - Key drivers of recovery e-SQ relate to responsiveness, real-time access to help, and compensation

An Important Implication of the Pyramid Model

An organization's ability to use technology effectively in marketing to and serving customers critically depends on the technology readiness of its customers and employees

What is Technology Readiness [TR]?

TR refers to “people’s propensity to embrace and use new technologies for accomplishing goals in home life and at work”



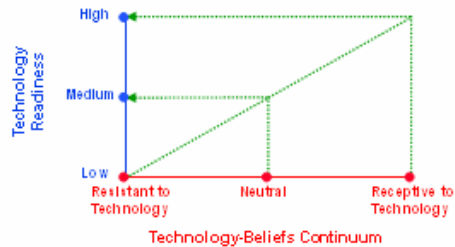
Key Insights from Qualitative Research Studies

- TR doesn’t just refer to possessing technical skills; TR is much more a function of people’s beliefs and feelings about technology
- People’s beliefs can be positive about some aspects of technology but negative about other aspects
- The relative strengths of the of positive and negative beliefs determine a person’s receptivity to technology

Technology-Beliefs Continuum



Link between Technology Beliefs and Technology Readiness

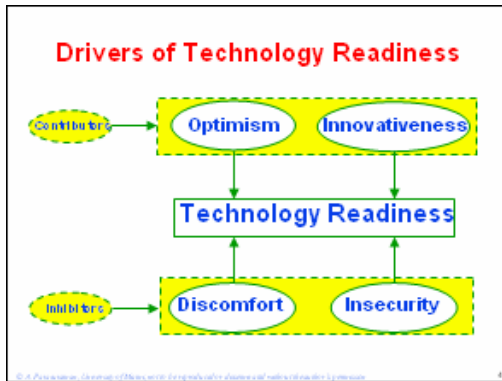


Major Quantitative Research Studies

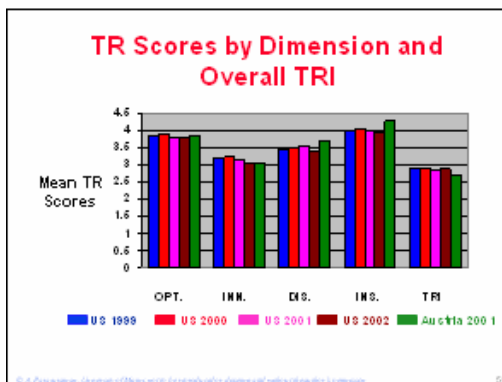
- Four “National Technology Readiness Surveys” (NTRS) in the USA:
 - Spring 1999
 - Spring 2000
 - Fall 2001
 - Fall 2002
- Austrian Technology Readiness Surveys
 - Spring 2001
 - Spring 2004 [being planned]
- Other Technology Readiness Surveys In Progress:
 - Sweden, Chile, Singapore

Key Insights from Quantitative Research Studies

- TR consists of four facets or dimensions that are fairly independent of one another
- People’s ratings on a set of belief statements about technology can be combined to create a reliable and valid measure of TR -- i.e., a “Technology Readiness Index” [TRI]
- The TRI is a good predictor of people’s technology-related behaviors and preferences
- A meaningful typology of customers can be created based on their TR scores on the four dimensions



- ### Definitions of the TR Drivers
- **Optimism:** Positive view of technology; belief that it offers increased control, flexibility and efficiency
 - **Innovativeness:** Tendency to be a technology pioneer and thought leader
 - **Discomfort:** Perceived lack of control over technology and a feeling of being overwhelmed by it
 - **Insecurity:** Distrust of technology and skepticism about its working properly
- © 2006 Association to Advance Collegiate Schools of Business International



Characteristics of Technology Segments

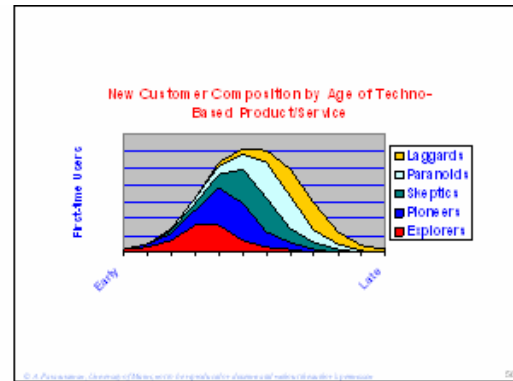
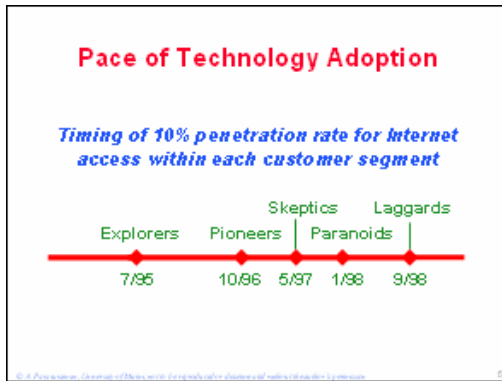
	Optimism	Innovativeness	Discomfort	Insecurity
Explorers	High	High	Low	Low
Pioneers	High	High	High	High
Skeptics	Low	Low	Low	Low
Paranoids	High	Low	High	High
Laggards	Low	Low	High	High

© 2006 Association to Advance Collegiate Schools of Business International

The Five TR Segments Differ on Technology Usage.....

© 2006 Association to Advance Collegiate Schools of Business International

- ### Greater than 50% Ownership/Usage of Technology-Based Products/Services (as of 1999)
- **Explorers:** Computers, cell phones, caller ID, ATMs, online services, telephone banking
 - **Pioneers:** Computers, cell phones, caller ID, ATMs, online services
 - **Skeptics:** Computers, ATMs
 - **Paranoids:** ATMs
 - **Laggards:** None
- © 2006 Association to Advance Collegiate Schools of Business International



- ### In Conclusion, to Deliver Superior Service in Library Environments:
- Understand customer's service expectations and how well those expectations are being met
 - Work systematically to remove organizational barriers that lead to poor customer service – offline and online
 - Recognize and capitalize on the increasing role of technology in serving customers, but ...
 - Be cognizant of customers' and employees' readiness to embrace technology-based services
 - Recognize that e-service quality as perceived by customers involves much more than having a state-of-the-art web site
 - Put in place a solid behind-the-scenes infrastructure – information systems, logistics, and human resources – to deliver what a web site's façade promises
 - Continuously monitor customer's and employees' reactions to and experiences with your electronic interfaces
- © J. A. Pavlou, Journal of Management Information Systems, 2001, 18(4), 399-424

Sources of Information about Customer Service and Technology Readiness

www.deliveringquality.com

www.technoreadymarketing.com

© J. A. Pavlou, Journal of Management Information Systems, 2001, 18(4), 399-424

Thank You!

© J. A. Pavlou, Journal of Management Information Systems, 2001, 18(4), 399-424

LAMPIRAN J

- 📎 Form Hasil Seminar Proposal
- 📎 Form Hasil Seminar Isi Tugas Akhir
- 📎 Form Hasil Seminar

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

Nama Mahasiswa : Lydia Nelly DS
NRP : 0423008
Judul Tugas Akhir : Analisis Usulan Strategi Pemasaran Berdasarkan Model Customer Expectations (Studi Kasus *Cafe* di Jalan Surya Sumantri, Bandung)

Komentar-komentar dosen penguji :

1. Pertimbangkan pemilihan faktor yang dipentingkan hasil ZOT untuk usulan. Mengapa hanya 1 yang dipilih.
2. Seharusnya usulan-usulan dikaitkan dengan *targeting* dan *positioning* yang disusulkan.
3. Abstrak → perbaiki penulisan kalimat pada alinea 1, supaya tidak mengesankan bahwa penelitian ini difokuskan pada *cafe* EYE 2 EYE dan Image *cafe*.
4. Sebaiknya pernyataan tentang keinginan menunggu dan berapa lama menunggu dapat dimasukkan dalam pencarian ZOT.
5. Seharusnya pada pemberian usulan, mengacu pada hasil penentuan *targeting*.

DATA PENULIS

Nama : Lydia Nelly DS
Alamat di Bandung : Jl. Terusan Babakan Jeruk 1 no. 126, Bandung
Alamat Asal : Jl. Jend Sudirman no.133, Muara Enim 31315
Sumatera Selatan
No. Telp Bandung : -
No. Telp Asal : 0734 - 421234
No. Handphone : 0818 0926 0686 dan 0812 7850 973
Alamat email : siu_lie@yahoo.com
Pendidikan : SMA Xaverius 3 Palembang
Jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha
Nilai Tugas Akhir : A
Tanggal USTA : 15 Juli 2008