

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

- Kuesioner Pendahuluan
- Kuesioner Penelitian

Guna memberikan pelayanan yang lebih baik kepada Bapak/Ibu/Sdr/i. sebagai pelanggan Toko Mas Naga Purwokerto, kami memerlukan informasi tentang pendapat Bapak/Ibu/Sdr/i. terhadap Toko Mas Naga. Untuk itu, kami mohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner berikut sesuai dengan kondisi yang dirasakan. Kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i. merupakan kehormatan bagi kami, maka kami ucapkan terima kasih atas waktu, perhatian dan kesediaan untuk memenuhi permohonan ini.

Terima Kasih.

IDENTITAS KONSUMEN

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih.

1. Apakah jenis kelamin Anda?
 - a. Pria
 - b. Wanita

2. Berapakah usia Anda?
 - a. 20 – 24 tahun
 - b. 25 – 29 tahun
 - c. 30 – 34 tahun
 - d. 35 – 39 tahun
 - e. 40 – 44 tahun
 - f. \geq 45 tahun

3. Apakah pekerjaan Anda?
 - a. Pengusaha/wiraswasta
 - b. Pegawai swasta
 - c. Pegawai negeri
 - d. Pelajar / mahasiswa
 - e. Ibu rumah tangga
 - f. Lain-lain:

4. Dimanakah tempat tinggal Anda?
 - a. Purwokerto
 - b. Purbalingga
 - c. Cilacap
 - d. Kebumen
 - e. Lain-lain:

5. Berapa rata-rata pendapatan Anda perbulan?
 - a. \leq Rp.1.000.000,-
 - b. Rp.1.000.001,- s/d Rp. 2.000.000,-
 - c. Rp. 2.000.001- s/d Rp. 3.000.000,-
 - d. Rp. 3.000.001- s/d Rp. 4.000.000,-
 - e. Rp. 4.000.001- s/d Rp. 5.000.000,-
 - f. $>$ Rp. 5.000.001,-

6. Berapa rata-rata pengeluaran Anda perbulan untuk berbelanja di sebuah toko emas?
 - a. Rp. 200.000,- s/d Rp. 1.000.000,-
 - b. Rp. 1.000.001,- s/d Rp. 1.800.000,-
 - c. Rp. 1.800.001,- s/d Rp. 2.600.000,-
 - d. Rp. 2.600.001,- s/d Rp. 3.400.000,-
 - e. Rp. 3.400.001,- s/d Rp. 4.200.000,-
 - f. $>$ Rp 4.200.001,-

7. Berapa kali rata-rata Anda berkunjung ke Toko Mas Naga perbulan?
 - a. Tidak pernah
 - b. 1 kali
 - c. 2 kali
 - d. 3 kali
 - e. $>$ 3 kali

8. Kapan terakhir Anda membeli emas?

- a. 1 bulan
- b. 2 bulan
- c. 3 bulan
- d. 4 bulan
- e. > 4 bulan

9. Untuk keperluan apa Anda membeli emas?

- a. Pernikahan
- b. Hadiah
- c. Koleksi pribadi
- d. Investasi dalam bentuk emas
- e. Lain-lain:

10. Dimanakah Anda biasanya membeli emas?

- a. Toko Mas Naga, jln. Jendral Sudirman no. 601, Purwokerto
- b. Toko Mas Prayoga Putra, jln. Pasar Wage no.1, Purwokerto
- c. Toko Mas Janoko, jln. Jendral Sudirman no.619, Purwokerto
- d. Toko Mas Sembada, jln. Jendral Sudirman no. 597, Purwokerto
- e. Toko Mas Restu, jln. Jendral Sudirman no. 575, Purwokerto
- f. Lain-lain:

11. Untuk keperluan apa Anda menjual emas?

- a. Butuh uang
- b. Bosan dengan yang lama
- c. Rusak
- d. Harga emas naik
- e. Lain-lain:

12. Dimanakah Anda biasanya menjual emas?

- a. Toko Mas Naga, jln. Jendral Sudirman no. 601, Purwokerto
- b. Toko Mas Prayoga Putra, jln. Pasar Wage no.1, Purwokerto
- c. Toko Mas Janoko, jln. Jendral Sudirman no.619, Purwokerto
- d. Toko Mas Sembada, jln. Jendral Sudirman no. 597, Purwokerto
- e. Toko Mas Restu, jln. Jendral Sudirman no. 575, Purwokerto
- f. Lain-lain:

13. Jenis emas apa yang Anda sukai?

- a. Emas kuning
- b. Emas putih
- c. Lain-lain:

14. Berapakah kadar emas yang biasa Anda beli?

- a. 50% (12 karat)
- b. 70% (16,8 karat)
- c. 75% (18 karat)
- d. 80% (19 karat)
- e. 85% (20 karat)
- f. Lain-lain:

15. Jenis perhiasan apa yang biasa Anda beli?

- a. Anting
- b. Kalung
- c. Cincin
- d. Gelang
- e. Lain-lain:

16. Dari mana Anda tahu tentang Toko Mas Naga?

- a. Teman atau kerabat
- b. Iklan media cetak
- c. Promosi-promosi di radio
- d. Kebetulan lewat dan tertarik dengan penampilan toko
- e. Lain-lain:

Berikut ini akan disampaikan mengenai pernyataan-pernyataan berkaitan dengan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence*) yang diberikan Toko Mas Naga Purwokerto. Berilah tanda silang (X) atau check (√) pada kotak jawaban yang telah disediakan sesuai dengan Bapak/Ibu/Sdr/i. rasakan hanya dengan satu jawaban, dan jangan sampai ada satu pernyataan pun yang tidak dijawab.

No.	PERNYATAAN	Jawaban	
		Penting	Tidak penting
1	Produk yang ditawarkan memiliki bentuk yang bervariasi.		
2	Pelayan Toko Mas Naga melayani konsumen dengan sikap yang professional.		
3	Toko Mas Naga memiliki tingkat kebersihan yang baik.		
4	Toko Mas Naga memiliki lahan parkir yang luas.		
5	Toko Mas Naga memiliki suasana yang nyaman untuk berbelanja.		
6	Harga produk yang ditawarkan bersaing.		
7	Toko Mas Naga memiliki peralatan yang modern (contoh: timbangan digital, alat ukur, dll).		
8	Produk yang sudah dibeli konsumen memiliki nilai jual yang baik.		
9	Harga produk yang ditawarkan terjangkau.		
10	Produk yang mengalami kerusakan dapat dengan mudah untuk diperbaiki.		
11	Lokasi Toko Mas Naga aman dari tindak kejahatan.		
12	Pelayan Toko Mas Naga membantu mencari produk yang diinginkan oleh konsumen.		
13	Produk yang ditawarkan memiliki desain yang menarik.		
14	Pelayan Toko Mas Naga mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh konsumen (contoh: keluhan konsumen, tentang produk, dll).		
15	Produk-produk baru ditawarkan melalui <i>display</i> dengan penataan yang menarik.		

No.	PERNYATAAN	Jawaban	
		Penting	Tidak penting
15	Produk-produk baru ditawarkan melalui <i>display</i> dengan penataan yang menarik.		
16	Promosi yang terdapat pada media cetak maupun radio menarik perhatian anda.		
17	Proses pembelian produk di Toko Mas Naga mudah di lakukan.		
18	Produk yang ditawarkan memiliki bentuk dan kualitas bahan dasar yang baik.		
19	Toko Mas Naga memiliki penataan produk dalam etalase dengan rapih dan menarik.		
20	Produk yang ditawarkan memiliki kemasan yang menarik.		
21	Pelayan Toko Mas Naga melayani konsumen dengan baik.		
22	Lokasi Toko Mas Naga mudah dijangkau dan strategis.		
23	Produk yang dibeli bisa dibayar dengan menggunakan cicilan.		
24	Pelayan Toko Mas Naga tidak membedakan perlakuan kepada setiap konsumen.		
25	Promosi yang diberikan menarik perhatian konsumen.		
26	Proses pemesanan produk di Toko Mas Naga terperinci dan lengkap (contoh: jenis produk, ukuran produk, berat produk, dll).		
27	Terdapat discount harga produk bila membeli dengan jumlah tertentu.		
28	Proses penjualan produk di Toko Mas Naga mudah di lakukan.		
29	Produk yang ditawarkan mempunyai garansi.		
30	Toko Mas Naga memiliki fasilitas yang memadai, seperti: tempat tunggu, AC, dan hiburan (contoh: TV, music, dll).		
31	Biaya reparasi produk terjangkau		
32	Produk yang ditawarkan memiliki ukuran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.		

No.	PERNYATAAN	Jawaban	
		Penting	Tidak penting
33	Produk yang ditawarkan memiliki ukuran berat yang tepat (ukuran berat yang sebenarnya sesuai dengan ukuran berat di label).		
34	Pelayan Toko Mas Naga memberikan beberapa pilihan atas keinginan konsumen (contoh: macam-macam kalung, dll).		
35	Produk yang sudah dibeli konsumen dapat dengan mudah untuk dijual kembali.		

Guna memberikan pelayanan yang lebih baik kepada Bapak/Ibu/Sdr/i. sebagai pelanggan Toko Mas Naga Purwokerto, kami memerlukan informasi tentang pendapat Bapak/Ibu/Sdr/i. terhadap Toko Mas Naga. Untuk itu, kami mohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner berikut sesuai dengan kondisi yang dirasakan. Kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i. merupakan kehormatan bagi kami, maka kami ucapkan terima kasih atas waktu, perhatian dan kesediaan untuk memenuhi permohonan ini.

Terima Kasih.

IDENTITAS KONSUMEN

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih.

1. Apakah jenis kelamin Anda?
 - a. Pria
 - b. Wanita

2. Berapakah usia Anda?
 - a. 20 – 24 tahun
 - b. 25 – 29 tahun
 - c. 30 – 34 tahun
 - d. 35 – 39 tahun
 - e. 40 – 44 tahun
 - f. \geq 45 tahun

3. Apakah pekerjaan Anda?
 - a. Pengusaha/wiraswasta
 - b. Pegawai swasta
 - c. Pegawai negeri
 - d. Pelajar / mahasiswa
 - e. Ibu rumah tangga
 - f. Lain-lain:

4. Dimanakah tempat tinggal Anda?
 - a. Purwokerto
 - b. Purbalingga
 - c. Cilacap
 - d. Kebumen
 - e. Lain-lain:

5. Berapa rata-rata pendapatan Anda perbulan?
 - a. \leq Rp.1.000.000,-
 - b. Rp.1.000.001,- s/d Rp. 2.000.000,-
 - c. Rp. 2.000.001- s/d Rp. 3.000.000,-
 - d. Rp. 3.000.001- s/d Rp. 4.000.000,-
 - e. Rp. 4.000.001- s/d Rp. 5.000.000,-
 - f. $>$ Rp. 5.000.001,-

6. Berapa rata-rata pengeluaran Anda perbulan untuk berbelanja di sebuah toko emas?
 - a. Rp. 200.000,- s/d Rp. 1.000.000,-
 - b. Rp. 1.000.001,- s/d Rp. 1.800.000,-
 - c. Rp. 1.800.001,- s/d Rp. 2.600.000,-
 - d. Rp. 2.600.001,- s/d Rp. 3.400.000,-
 - e. Rp. 3.400.001,- s/d Rp. 4.200.000,-
 - f. $>$ Rp 4.200.001,-

7. Berapa kali rata-rata Anda berkunjung ke Toko Mas Naga perbulan?
 - a. Tidak pernah
 - b. 1 kali
 - c. 2 kali
 - d. 3 kali
 - e. $>$ 3 kali

8. Kapan terakhir Anda membeli emas?

- a. 1 bulan
- b. 2 bulan
- c. 3 bulan
- d. 4 bulan
- e. > 4 bulan

9. Untuk keperluan apa Anda membeli emas?

- a. Pernikahan
- b. Hadiah
- c. Koleksi pribadi
- d. Investasi dalam bentuk emas
- e. Lain-lain:

10. Dimanakah Anda biasanya membeli emas?

- a. Toko Mas Naga, jln. Jendral Sudirman no. 601, Purwokerto
- b. Toko Mas Prayoga Putra, jln. Pasar Wage no.1, Purwokerto
- c. Toko Mas Janoko, jln. Jendral Sudirman no.619, Purwokerto
- d. Toko Mas Sembada, jln. Jendral Sudirman no. 597, Purwokerto
- e. Toko Mas Restu, jln. Jendral Sudirman no. 575, Purwokerto
- f. Lain-lain:

11. Untuk keperluan apa Anda menjual emas?

- a. Butuh uang
- b. Bosan dengan yang lama
- c. Rusak
- d. Harga emas naik
- e. Lain-lain:

12. Dimanakah Anda biasanya menjual emas?

- a. Toko Mas Naga, jln. Jendral Sudirman no. 601, Purwokerto
- b. Toko Mas Prayoga Putra, jln. Pasar Wage no.1, Purwokerto
- c. Toko Mas Janoko, jln. Jendral Sudirman no.619, Purwokerto
- d. Toko Mas Sembada, jln. Jendral Sudirman no. 597, Purwokerto
- e. Toko Mas Restu, jln. Jendral Sudirman no. 575, Purwokerto
- f. Lain-lain:

13. Jenis emas apa yang Anda sukai?

- a. Emas kuning
- b. Emas putih
- c. Lain-lain:

14. Berapakah kadar emas yang biasa Anda beli?

- a. 50% (12 karat)
- b. 70% (16,8 karat)
- c. 75% (18 karat)
- d. 80% (19 karat)
- e. 85% (20 karat)
- f. Lain-lain:

15. Jenis perhiasan apa yang biasa Anda beli?

- a. Anting
- b. Kalung
- c. Cincin
- d. Gelang
- e. Lain-lain:

16. Dari mana Anda tahu tentang Toko Mas Naga?

- a. Teman atau kerabat
- b. Iklan media cetak
- c. Promosi-promosi di radio
- d. Kebetulan lewat dan tertarik dengan penampilan toko
- e. Lain-lain:

BAURAN PEMASARAN 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence*)

Berikut ini akan disampaikan mengenai pernyataan-pernyataan berkaitan dengan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence*) yang diberikan Toko Mas Naga Purwokerto. Berilah tanda silang (X) atau check (√) pada kotak jawaban yang telah disediakan sesuai dengan Bapak/Ibu/Sdr/i. rasakan hanya dengan satu jawaban, dan jangan sampai ada satu pernyataan pun yang tidak dijawab.

Keterangan:

Jawaban Tingkat Kepentingan		Jawaban Tingkat Kepuasan	
STP	= Sangat Tidak Penting	STPu	= Sangat Tidak Puas
TP	= Tidak Penting	TPu	= Tidak Puas
P	= Penting	Pu	= Puas
SP	= Sangat Penting	SPu	= Sangat Puas

Tingkat Kepentingan				No.	PERNYATAAN	Tingkat Kepuasan			
STP	TP	P	SP			STPu	TPu	Pu	SPu
				1	Produk yang ditawarkan memiliki bentuk yang bervariasi.				
				2	Toko Mas Naga memiliki suasana yang nyaman untuk berbelanja.				
				3	Harga produk yang ditawarkan bersaing.				
				4	Toko Mas Naga memiliki peralatan yang modern (contoh: timbangan digital, alat ukur, dll).				
				5	Produk yang sudah dibeli konsumen memiliki nilai jual yang baik.				
				6	Harga produk yang ditawarkan terjangkau.				
				7	Produk yang mengalami kerusakan dapat dengan mudah untuk diperbaiki.				
				8	Pelayan Toko Mas Naga mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh konsumen (contoh: keluhan konsumen, tentang produk, dll).				
				9	Proses pembelian produk di Toko Mas Naga mudah di lakukan.				

Tingkat Kepentingan				No.	PERNYATAAN	Tingkat Kepuasan			
STP	TP	P	SP			STPu	TPu	Pu	SPu
				10	Produk yang ditawarkan memiliki bentuk dan kualitas bahan dasar yang baik.				
				11	Pelayan Toko Mas Naga melayani konsumen dengan baik.				
				12	Pelayan Toko Mas Naga tidak membedakan perlakuan kepada setiap konsumen.				
				13	Proses pemesanan produk di Toko Mas Naga terperinci dan lengkap (contoh: jenis produk, ukuran produk, berat produk, dll).				
				14	Proses penjualan produk di Toko Mas Naga mudah di lakukan.				
				15	Produk yang ditawarkan mempunyai garansi.				
				16	Biaya reparasi produk terjangkau				
				17	Produk yang ditawarkan memiliki ukuran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.				
				18	Produk yang ditawarkan memiliki ukuran berat yang tepat (ukuran berat yang sebenarnya sesuai dengan ukuran berat di label).				
				19	Pelayan Toko Mas Naga memberikan beberapa pilihan atas keinginan konsumen (contoh: macam-macam kalung, dll).				
				20	Produk yang sudah dibeli konsumen dapat dengan mudah untuk dijual kembali.				

LAMPIRAN 2

- Hasil Kuesioner Profil Responden

Jenis Kelamin	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
Pria	15	66	81	0,324
Wanita	35	134	169	0,676
Total	50	200	250	1,000

Usia	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
20 – 24 tahun	3	30	33	0,132
25 – 29 tahun	6	39	45	0,180
30 – 34 tahun	12	52	64	0,256
35 – 39 tahun	8	54	62	0,248
40 – 44 tahun	12	17	29	0,116
≥ 45 tahun	9	8	17	0,068
Total	50	200	250	1,000

Pekerjaan	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
Pengusaha/wiraswasta	5	77	82	0,328
Pegawai swasta	16	29	45	0,180
Pegawai negeri	9	23	32	0,128
Pelajar / mahasiswa	1	19	20	0,080
Ibu rumah tangga	14	49	63	0,252
Lain-lain	5	3	8	0,032
Total	50	200	250	1,000

Tempat Tinggal	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
Purwokerto	22	70	92	0,368
Purbalingga	14	46	60	0,240
Cilacap	8	48	56	0,224
Kebumen	5	31	36	0,144
Lain-lain	1	5	6	0,024
Total	50	200	250	1,000

Rata-rata Pendapatan	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
≤ Rp.1.000.000,-	20	5	25	0,100
Rp.1.000.001,- s/d Rp. 2.000.000,-	14	33	47	0,188
Rp. 2.000.001- s/d Rp. 3.000.000,-	5	47	52	0,208
Rp. 3.000.001- s/d Rp. 4.000.000,-	8	63	71	0,284
Rp. 4.000.001- s/d Rp. 5.000.000,-	3	32	35	0,140
> Rp. 5.000.001,-	0	20	20	0,080
Total	50	200	250	1,000

Rata-rata Pengeluaran	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
Rp. 200.000,- s/d Rp. 1.000.000,-	27	64	91	0,364
Rp. 1.000.001,- s/d Rp. 1.800.000,-	8	61	69	0,276
Rp. 1.800.001,- s/d Rp. 2.600.000,-	8	38	46	0,184
Rp. 2.600.001,- s/d Rp. 3.400.000,-	5	26	31	0,124
Rp. 3.400.001,- s/d Rp. 4.200.000,-	1	6	7	0,028
> Rp 4.200.001,-	1	5	6	0,024
Total	50	200	250	1,000

Rata-rata Berkunjung	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
Tidak pernah	1	57	58	0,232
1 kali	27	82	109	0,436
2 kali	6	39	45	0,180
3 kali	11	18	29	0,116
> 3 kali	5	4	9	0,036
Total	50	200	250	1,000

Terakhir Membeli Emas	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
1 bulan	23	39	62	0,248
2 bulan	12	58	70	0,280
3 bulan	8	52	60	0,240
4 bulan	4	25	29	0,116
> 4 bulan	3	26	29	0,116
Total	50	200	250	1,000

Keperluan Membeli Emas	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
Pernikahan	2	13	15	0,060
Hadiah	5	65	70	0,280
Koleksi pribadi	15	75	90	0,360
Investasi dalam bentuk emas	22	47	69	0,276
Lain-lain	6	0	6	0,024
Total	50	200	250	1,000

Tempat Membeli Emas	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
Toko Mas Naga, jln. Jendral Sudirman no. 601, Purwokerto	48	75	123	0,492
Toko Mas Prayoga Putra, jln. Pasar Wage no.1, Purwokerto	0	45	45	0,180
Toko Mas Janoko, jln. Jendral Sudirman no.619, Purwokerto	0	32	32	0,128
Toko Mas Sembada, jln. Jendral Sudirman no. 597, Purwokerto	1	30	31	0,124
Toko Mas Restu, jln. Jendral Sudirman no. 575, Purwokerto	0	18	18	0,072
Lain-lain	1	0	1	0,004
Total	50	200	250	1,000

Keperluan Menjual Emas	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
Butuh uang	31	44	75	0,300
Bosan dengan yang lama	5	53	58	0,232
Rusak	0	48	48	0,192
Harga emas naik	1	48	49	0,196
Lain-lain	13	7	20	0,080
Total	50	200	250	1,000

Tempat Menjual Emas	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
Toko Mas Naga, jln. Jendral Sudirman no. 601, Purwokerto	47	85	132	0,528
Toko Mas Prayoga Putra, jln. Pasar Wage no.1, Purwokerto	0	40	40	0,160
Toko Mas Janoko, jln. Jendral Sudirman no.619, Purwokerto	0	26	26	0,104
Toko Mas Sembada, jln. Jendral Sudirman no. 597, Purwokerto	1	23	24	0,096
Toko Mas Restu, jln. Jendral Sudirman no. 575, Purwokerto	0	20	20	0,080
Lain-lain	2	6	8	0,032
Total	50	200	250	1,000

Jenis Emas	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
Emas kuning	45	110	155	0,620
Emas putih	3	90	93	0,372
Lain-lain	2	0	2	0,008
Total	50	200	250	1,000

Kadar Emas	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
50% (12 karat)	3	18	21	0,084
70% (16,8 karat)	21	28	49	0,196
75% (18 karat)	17	52	69	0,276
80% (19 karat)	0	40	40	0,160
85% (20 karat)	5	62	67	0,268
Lain-lain	4	0	4	0,016
Total	50	200	250	1,000

Jenis Perhiasan	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
Anting	8	48	56	0,224
Kalung	18	53	71	0,284
Cincin	12	43	55	0,220
Gelang	7	49	56	0,224
Lain-lain	5	7	12	0,048
Total	50	200	250	1,000

Mengetahui Toko Mas Naga	Pendahuluan	Penelitian	Jumlah	Persentase
Teman atau kerabat	36	72	108	0,432
Iklan media cetak	5	57	62	0,248
Promosi-promosi di radio	0	33	33	0,132
Kebetulan lewat dan tertarik dengan penampilan toko	7	33	40	0,160
Lain-lain	2	5	7	0,028
Total	50	200	250	1,000

LAMPIRAN 3

- Hasil Kuesioner Pendahuluan

No.	ATRIBUT	Jawaban	
		Penting	Tidak penting
1	Produk yang ditawarkan memiliki bentuk yang bervariasi.	45	5
2	Pelayan Toko Mas Naga melayani konsumen dengan sikap yang professional.	41	9
3	Toko Mas Naga memiliki tingkat kebersihan yang baik.	40	10
4	Toko Mas Naga memiliki lahan parkir yang luas.	25	25
5	Toko Mas Naga memiliki suasana yang nyaman untuk berbelanja.	48	2
6	Harga produk yang ditawarkan bersaing.	47	3
7	Toko Mas Naga memiliki peralatan yang modern (contoh: timbangan digital, alat ukur, dll).	42	8
8	Produk yang sudah dibeli konsumen memiliki nilai jual yang baik.	45	5
9	Harga produk yang ditawarkan terjangkau.	48	2
10	Produk yang mengalami kerusakan dapat dengan mudah untuk diperbaiki.	48	2
11	Lokasi Toko Mas Naga aman dari tindak kejahatan.	47	3
12	Pelayan Toko Mas Naga membantu mencari produk yang diinginkan oleh konsumen.	41	9
13	Produk yang ditawarkan memiliki desain yang menarik.	37	13
14	Pelayan Toko Mas Naga mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh konsumen (contoh: keluhan konsumen, tentang produk, dll).	45	5
15	Produk-produk baru ditawarkan melalui <i>display</i> dengan penataan yang menarik.	33	17

No.	ATRIBUT	Jawaban	
		Penting	Tidak penting
16	Promosi yang terdapat pada media cetak maupun radio menarik perhatian anda.	19	31
17	Proses pembelian produk di Toko Mas Naga mudah di lakukan.	48	2
18	Produk yang ditawarkan memiliki bentuk dan kualitas bahan dasar yang baik.	47	3
19	Toko Mas Naga memiliki penataan produk dalam etalase dengan rapih dan menarik.	36	14
20	Produk yang ditawarkan memiliki kemasan yang menarik.	33	17
21	Pelayan Toko Mas Naga melayani konsumen dengan baik.	47	3
22	Lokasi Toko Mas Naga mudah dijangkau dan strategis.	37	13
23	Produk yang dibeli bisa dibayar dengan menggunakan cicilan.	22	28
24	Pelayan Toko Mas Naga tidak membedakan perlakuan kepada setiap konsumen.	43	7
25	Promosi yang diberikan menarik perhatian konsumen.	35	15
26	Proses pemesanan produk di Toko Mas Naga terperinci dan lengkap (contoh: jenis produk, ukuran produk, berat produk, dll).	50	0
27	Terdapat discount harga produk bila membeli dengan jumlah tertentu.	41	9
28	Proses penjualan produk di Toko Mas Naga mudah di lakukan.	47	3
29	Produk yang ditawarkan mempunyai garansi.	44	6
30	Toko Mas Naga memiliki fasilitas yang memadai, seperti: tempat tunggu, AC, dan hiburan (contoh: TV, music, dll).	33	17
31	Biaya reparasi produk terjangkau	45	5
32	Produk yang ditawarkan memiliki ukuran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.	46	4

No.	ATRIBUT	Jawaban	
		Penting	Tidak penting
33	Produk yang ditawarkan memiliki ukuran berat yang tepat (ukuran berat yang sebenarnya sesuai dengan ukuran berat di label).	50	0
34	Pelayan Toko Mas Naga memberikan beberapa pilihan atas keinginan konsumen (contoh: macam-macam kalung, dll).	47	3
35	Produk yang sudah dibeli konsumen dapat dengan mudah untuk dijual kembali.	45	5

LAMPIRAN 4

- Data Mentah
- Hasil Uji Cochran

Data Mentah:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
4	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1
8	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1
9	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
10	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
11	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1
25	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1
27	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1
33	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0
34	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1
37	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
38	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1
40	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
42	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
43	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
44	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
46	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1
47	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
48	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
49	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Gj 45 41 40 25 48 47 42 45 48 48 47 41 37 45
 Gj^2 2025 1681 1600 625 2304 2209 1764 2025 2304 2304 2209 1681 1369 2025

	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
2	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
4	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
7	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0
8	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0
9	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1
10	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
11	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1
18	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
20	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
22	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0
25	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
26	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
27	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1
28	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1
29	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
32	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0
33	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0
34	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
36	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
37	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1
38	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
39	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
41	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1
42	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1
43	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1
44	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1
45	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1
46	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1
47	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1
48	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1
49	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1
50	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1

Gj 33 19 48 47 36 33 47 37 22 43 35 50 41
Gj^2 1089 361 2304 2209 1296 1089 2209 1369 484 1849 1225 2500 1681

	28	29	30	31	32	33	34	35
1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1
7	1	0	0	1	1	1	1	1
8	1	0	0	0	1	1	1	1
9	1	1	0	1	1	1	1	1
10	1	1	1	1	1	1	1	1
11	1	1	1	1	0	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1	1	1
17	1	1	1	1	0	1	1	1
18	1	1	0	1	1	1	1	1
19	1	1	0	1	1	1	1	0
20	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	1	0	1	1	1	1	1
22	0	1	1	1	0	1	1	0
23	1	1	1	1	1	1	1	1
24	1	0	0	0	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	0	1	1	1	1	1	1
27	1	1	0	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	0	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	0
32	1	0	0	1	1	1	1	1
33	1	1	0	1	1	1	1	1
34	1	1	0	1	1	1	1	1
35	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	1	1	1
37	1	1	1	1	1	1	1	1
38	0	1	1	0	1	1	1	0
39	0	1	1	1	1	1	1	1
40	1	1	1	1	1	1	1	1
41	1	1	0	1	1	1	1	1
42	1	0	0	0	1	1	1	0
43	1	1	0	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1	1	0	1
45	1	1	0	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	1	1	1
47	1	1	1	1	0	1	0	1
48	1	1	0	0	1	1	1	1
49	1	1	1	1	1	1	0	1
50	1	1	1	1	1	1	1	1

Li	Li^2
31	961
31	961
29	841
29	841
27	729
34	1156
24	576
22	484
27	729
31	961
24	576
31	961
33	1089
33	1089
35	1225
35	1225
32	1024
30	900
32	1024
34	1156
33	1089
27	729
35	1225
23	529
30	900
30	900
26	676
31	961
34	1156
33	1089
31	961
24	576
20	400
28	784
34	1156
30	900
29	841
27	729
28	784
34	1156
28	784
24	576
27	729
22	484
29	841
25	625
25	625
20	400
26	676
25	625
30	900
1447	42689

Gj 47 44 33 45 46 50 47 45 1447
Gj^2 2209 1936 1089 2025 2116 2500 2209 2025 61899

COCHRAN Q TEST

❖ Pengujian ke-1:

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 35

N: 50

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 1447$$

$$\sum_i^N L_i = 1447$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 61899$$

$$\sum_i^k L_i^2 = 42689$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(35-1) \left[(35 * 61899) - 1447^2 \right]}{(35 * 1447) - 42689}$$

$$Q = 310.496$$

d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 35 - 1 = 34$$

Interpolasi :

$$Q_{(0.05,30)} = 43.77$$

$$Q_{(0.05,34)} = x$$

$$Q_{(0.05,40)} = 55.76$$

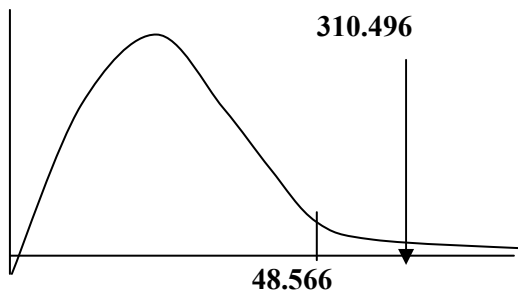
$$\frac{(x - 43.77)}{(55.76 - 43.77)} = \frac{(34 - 30)}{(40 - 30)}$$

$$\frac{(x - 43.77)}{(11.99)} = \frac{(4)}{(10)}$$

$$10x - 437.7 = 47.96$$

$$x = 48.566$$

Jadi, $Q_{(0.05,34)} = 48.566$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-2 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut "Promosi yang terdapat pada media cetak maupun radio menarik perhatian anda".

❖ Pengujian ke-2:

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 34

N: 50

c. Statistik Uji : Cochran Q Test

$$\sum_j^k G_j = 1428$$

$$\sum_i^N L_i = 1428$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 61538$$

$$\sum_i^k L_i^2 = 41482$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(34-1) [(34 * 61538) - 1428^2]}{(34 * 1428) - 41482}$$

$$Q = 247.887$$

d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 34 - 1 = 33$$

Interpolasi :

$$Q_{(0.05, 30)} = 43.77$$

$$Q_{(0.05, 33)} = x$$

$$Q_{(0.05, 40)} = 55.76$$

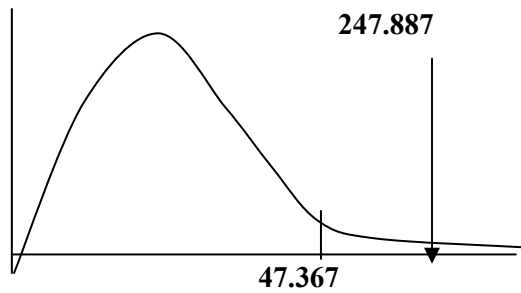
$$\frac{(x - 43.77)}{(55.76 - 43.77)} = \frac{(33 - 30)}{(40 - 30)}$$

$$\frac{(x - 43.77)}{(11.99)} = \frac{(3)}{(10)}$$

$$10x - 437.7 = 35.97$$

$$x = 47.367$$

Jadi, $Q_{(0,05,33)} = 47.367$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut. Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-3 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut " Produk yang dibeli bisa dibayar dengan menggunakan cicilan".

❖ **Pengujian ke-3:**

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 33

N: 50

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 1406 \qquad \sum_i^N L_i = 1406$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 61054 \qquad \sum_i^k L_i^2 = 40186$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(33-1)[(33 * 61054) - 1406^2]}{(33 * 1406) - 40186}$$

$$Q = 195.472$$

d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 33 - 1 = 32$$

Interpolasi :

$$Q_{(0.05, 30)} = 43.77$$

$$Q_{(0.05, 32)} = x$$

$$Q_{(0.05, 40)} = 55.76$$

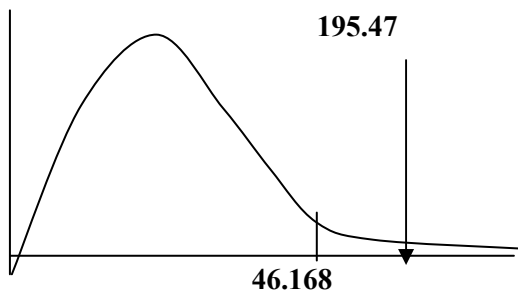
$$\frac{(x - 43.77)}{(55.76 - 43.77)} = \frac{(32 - 30)}{(40 - 30)}$$

$$\frac{(x - 43.77)}{(11.99)} = \frac{(2)}{(10)}$$

$$10x - 437.7 = 23.98$$

$$x = 46.168$$

Jadi, $Q_{(0.05, 32)} = 46.168$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-4 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut "Toko Mas Naga memiliki lahan parkir yang luas".

❖ **Pengujian ke-4:**

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 32

N: 50

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 1381 \qquad \sum_i^N L_i = 1381$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 60429 \qquad \sum_i^k L_i^2 = 38699$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(32-1) \left[(32 * 60429) - 1381^2 \right]}{(32 * 1381) - 38699}$$

$$Q = 149.932$$

d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 32 - 1 = 31$$

Interpolasi :

$$Q_{(0.05, 30)} = 43.77$$

$$Q_{(0.05, 31)} = x$$

$$Q_{(0.05, 40)} = 55.76$$

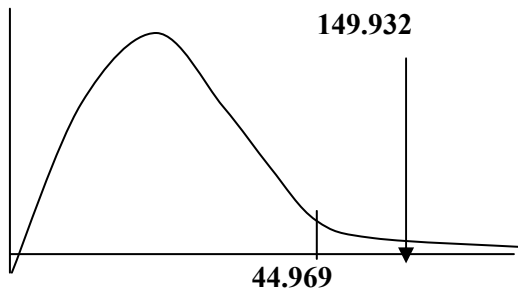
$$\frac{(x - 43.77)}{(55.76 - 43.77)} = \frac{(31 - 30)}{(40 - 30)}$$

$$\frac{(x - 43.77)}{(11.99)} = \frac{(1)}{(10)}$$

$$10x - 437.7 = 11.99$$

$$x = 44.969$$

Jadi, $Q_{(0.05,31)} = 44.969$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-5 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut "Produk-produk baru ditawarkan melalui *display* dengan penataan yang menarik".

❖ Pengujian ke-5:

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 31

N: 50

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 1348 \quad \sum_i^N L_i = 1348$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 59340 \quad \sum_i^k L_i^2 = 36826$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(31-1) \left[(31 * 59340) - 1348^2 \right]}{(31 * 1348) - 36826}$$

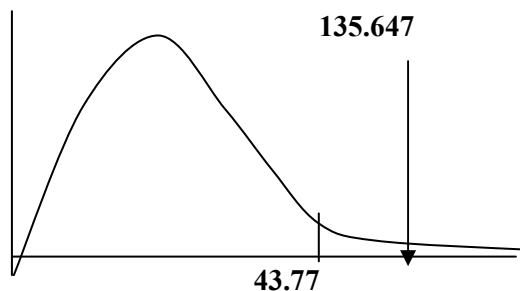
$$Q = 135.647$$

e. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 31 - 1 = 30$$

$$Q_{(0.05, 30)} = 43.77$$



g. Keputusan : Tolak H_0

h. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-6 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut " Produk yang ditawarkan memiliki kemasan yang menarik".

❖ Pengujian ke-6:

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 30

N: 50

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 1315 \qquad \sum_i^N L_i = 1315$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 58251 \qquad \sum_i^k L_i^2 = 35011$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(30-1) \left[(30 * 58251) - 1315^2 \right]}{(30 * 1315) - 35011}$$

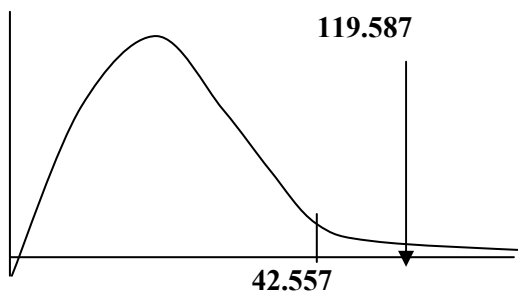
$$Q = 119.587$$

d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 30 - 1 = 29$$

$$Q_{(0.05, 29)} = 42.557$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-7 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut "Toko Mas Naga memiliki fasilitas yang memadai, seperti: tempat tunggu, AC, dan hiburan (contoh: TV, music, dll)".

❖ **Pengujian ke-7:**

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 29

N: 50

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 1282 \qquad \sum_i^N L_i = 1282$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 57162 \qquad \sum_i^N L_i^2 = 33254$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(29-1) \left[(29 * 57162) - 1282^2 \right]}{(29 * 1282) - 33254}$$

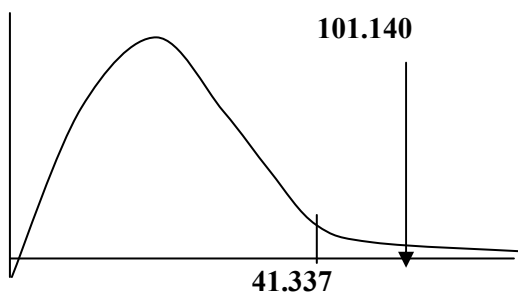
$$Q = 101.140$$

d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 29 - 1 = 28$$

$$Q_{(0.05, 28)} = 41.337$$



- e. Keputusan : Tolak H_0
- f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.
 Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-8 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut "Promosi yang diberikan menarik perhatian konsumen".

❖ **Pengujian ke-8:**

- a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

- b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 28

N: 50

- c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 1247 \qquad \sum_i^N L_i = 1247$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 55937 \qquad \sum_i^k L_i^2 = 31411$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(28-1) [(28 * 55937) - 1247^2]}{(28 * 1247) - 31411}$$

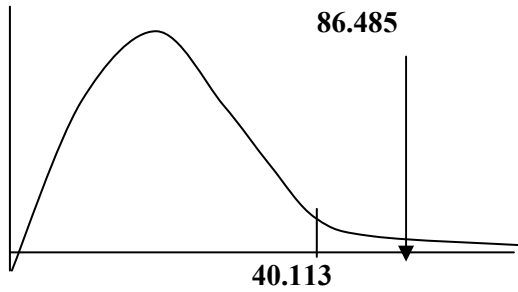
$$Q = 86.485$$

- d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 28 - 1 = 27$$

$$Q_{(0.05, 27)} = 40.113$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-9 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut "Toko Mas Naga memiliki penataan produk dalam etalase dengan rapih dan menarik".

❖ **Pengujian ke-9:**

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 27

N: 50

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 1211 \quad \sum_i^N L_i = 1211$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 54641 \quad \sum_i^k L_i^2 = 29603$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(27-1) \left[(27 * 54641) - 1211^2 \right]}{(27 * 1211) - 29603}$$

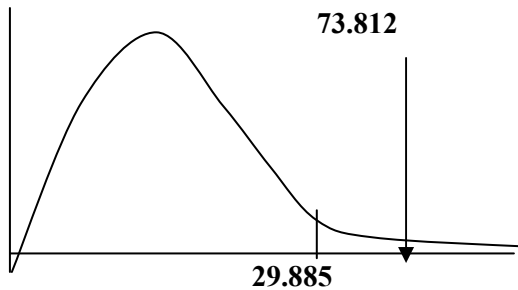
$$Q = 73.812$$

d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 27 - 1 = 26$$

$$Q_{(0.05, 26)} = 38.885$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-10 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut " Produk yang ditawarkan memiliki desain yang menarik".

❖ Pengujian ke-10:

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

$$k: 26$$

$$N: 50$$

c. Statistik Uji : Cochran Q Test

$$\sum_j^k G_j = 1174 \quad \sum_i^N L_i = 1174$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 53272 \quad \sum_i^k L_i^2 = 27792$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(26-1)[(26 * 53272) - 1174^2]}{(26 * 1174) - 27792}$$

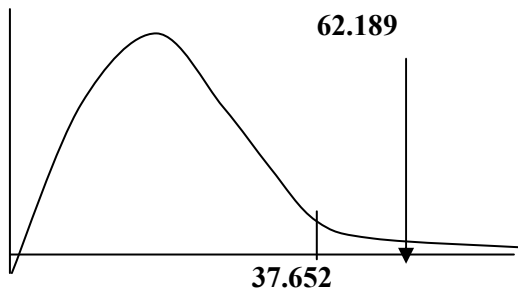
$$Q = 62.189$$

d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 26 - 1 = 25$$

$$Q_{(0.05, 25)} = 37.652$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-11 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut " Lokasi Toko Mas Naga mudah dijangkau dan strategis".

❖ Pengujian ke-11:

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 25

N: 50

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 1137 \quad \sum_i^N L_i = 1137$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 51903 \quad \sum_i^k L_i^2 = 26035$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(25-1) \left[(25 * 51903) - 1137^2 \right]}{(25 * 1137) - 26035}$$

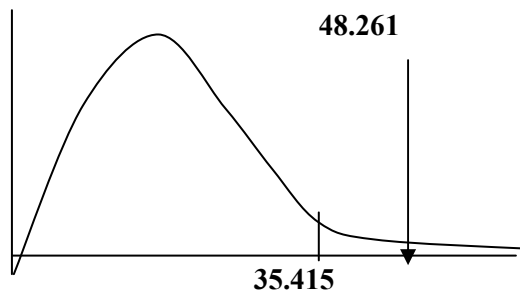
$$Q = 48.261$$

e. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 25 - 1 = 24$$

$$Q_{(0.05, 24)} = 35.415$$



g. Keputusan : Tolak H_0

h. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-12 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut "Toko Mas Naga memiliki tingkat kebersihan yang baik".

❖ Pengujian ke-12:

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 24

N: 50

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 1097 \qquad \sum_i^N L_i = 1097$$
$$\sum_j^k G_j^2 = 50303 \qquad \sum_i^k L_i^2 = 24225$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(24-1) \left[(24 * 50303) - 1097^2 \right]}{(24 * 1097) - 24225}$$

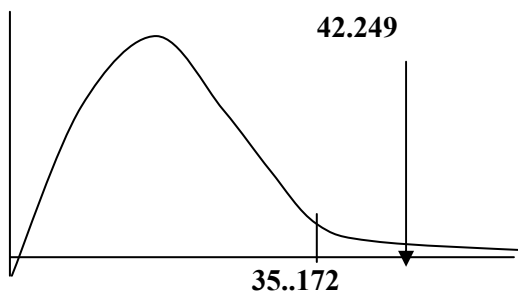
$$Q = 42.249$$

d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 24 - 1 = 23$$

$$Q_{(0.05, 23)} = 35.172$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-13 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut "Pelayan Toko Mas Naga melayani konsumen dengan sikap yang professional".

❖ **Pengujian ke-13:**

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 23

N: 50

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 1056 \qquad \sum_i^N L_i = 1056$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 48622 \qquad \sum_i^k L_i^2 = 22454$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(23-1) \left[(23 * 48622) - 1056^2 \right]}{(23 * 1056) - 22454}$$

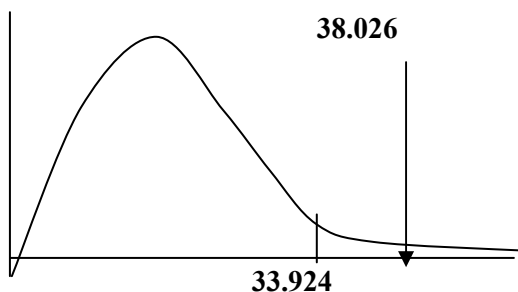
$$Q = 38.026$$

d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 23 - 1 = 22$$

$$Q_{(0.05, 22)} = 33.924$$



- e. Keputusan : Tolak H_0
- f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.
 Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-14 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut "Pelayan Toko Mas Naga membantu mencari produk yang diinginkan oleh konsumen".

❖ **Pengujian ke-14:**

- a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

- b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 22

N: 50

- c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 1015 \qquad \sum_i^N L_i = 1015$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 46941 \qquad \sum_i^k L_i^2 = 20743$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(22-1) \left[(22 * 46941) - 1015^2 \right]}{(22 * 1015) - 20743}$$

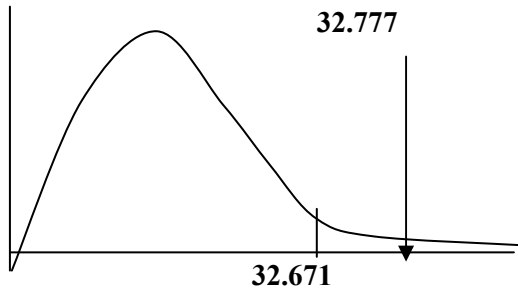
$$Q = 32.777$$

- d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 22 - 1 = 21$$

$$Q_{(0.05, 21)} = 32.671$$



e. Keputusan : Tolak H_0

f. Kesimpulan : Belum ada kesamaan pendapat responden tentang atribut tersebut.

Dengan demikian, perlu dilakukan pengujian ke-15 dengan membuang atribut yang memiliki jawaban 'Penting' paling kecil, yaitu atribut " Terdapat discount harga produk bila membeli dengan jumlah tertentu".

❖ **Pengujian ke-15:**

a. Struktur Hipotesis :

H_0 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang sama (Penting)

H_1 : Semua atribut yang diuji mempunyai jawaban yang berbeda (Tidak Penting)

b. Diketahui : Taraf Nyata : $\alpha = 0.05$

k: 21

N: 50

c. Statistik Uji : *Cochran Q Test*

$$\sum_j^k G_j = 974 \quad \sum_i^N L_i = 974$$

$$\sum_j^k G_j^2 = 45260 \quad \sum_i^k L_i^2 = 19094$$

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k G_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k G_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^N L_i - \sum_{i=1}^N L_i^2}$$

$$Q = \frac{(21-1) \left[(21 * 45260) - 974^2 \right]}{(21 * 974) - 19094}$$

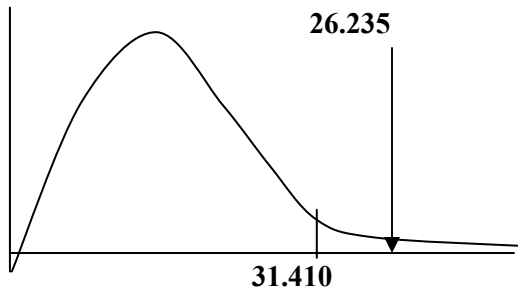
$$Q = 26.235$$

d. Wilayah Kritis : $Q > Q_{(\alpha, v)}$

$$\alpha = 0.05$$

$$v = k - 1 = 21 - 1 = 20$$

$$Q_{(0.05, 20)} = 31.410$$



e. Keputusan : Terima H_0

f. Kesimpulan : Sudah terdapat kesamaan pendapat responden terhadap atribut tersebut.

Maka, tidak perlu dilakukan pengujian lagi.

LAMPIRAN 5

- Hasil Kuesioner Penelitian Harapan
- Hasil Kuesioner Penelitian Kepuasan

Hasil Kuesioner Penelitian Harapan:

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
1	1	4	2	1	3	3	1	3	2	3	1	4	3	4	1	1	3	3	3	1
2	3	3	4	3	2	4	2	3	3	1	3	3	2	3	4	3	2	3	4	4
3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	2	3	4	3	4	3	1	3	3
4	1	4	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	1	4	3	3	2
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	1	3	3	3	3	3	1	4
6	3	3	1	3	3	3	1	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3
7	1	3	4	4	4	1	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	1	3	3	3
8	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	1	3	4	3	2	3	4
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4
10	1	3	4	3	2	4	3	1	3	3	3	2	4	2	3	2	3	3	3	3
11	3	3	3	1	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	1	4	3	3	1
13	2	2	3	4	4	3	3	4	1	1	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3
14	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	2	3	1	4	4	4	3	1	1	4
15	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	1	3	4	3
16	4	3	3	3	4	1	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
17	3	1	4	4	3	3	3	4	3	4	4	2	4	3	2	4	4	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4
19	1	3	4	2	2	3	3	3	2	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3
20	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	1	3	3	3	3	2	1	2	3	4
21	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	1	3	1	4	3	4	3
22	3	4	1	1	4	4	3	1	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
23	4	3	3	3	4	1	1	3	1	3	3	3	1	4	1	4	2	3	3	2
24	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	4	3	3	4	1	4
25	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
26	3	3	3	2	1	2	3	3	4	1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
27	2	4	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3	2	3	3	1	1	4	3
28	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	1
29	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	1	4	3	3	3
30	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
31	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	4	4	3	3	3	
32	3	4	3	3	2	1	3	4	3	3	3	1	4	3	3	2	3	3	4	4
33	1	3	1	1	3	3	3	3	4	4	3	3	3	1	3	3	2	2	2	3
34	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	1	3	4	3	1	3	1	4
35	3	2	3	3	4	3	2	3	1	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
36	4	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3
37	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	1	3	3	3	2
38	2	3	3	4	3	4	1	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	1	4	3
39	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3
40	3	3	2	4	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	4	3	4	2	4
41	4	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	1	3	3	3
42	3	3	1	3	2	3	4	3	3	2	4	3	4	4	3	2	3	3	3	1
43	3	1	3	3	3	3	3	2	1	4	3	1	3	3	2	3	2	2	1	3
44	3	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	1	4	4	3	3	3	4
45	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	1	3	3	3	4	3	3	4
46	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	4	1	3	3	4	3
47	3	3	4	3	3	1	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	1	4	3	2
48	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3
49	3	3	3	1	4	4	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	1	2	3
50	3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	1	3	4	3	3	4
51	4	4	3	4	2	3	3	2	1	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
52	3	3	2	3	3	4	2	1	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	1
53	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	1	3	1	3
54	4	2	3	3	4	4	3	3	4	4	3	1	3	3	4	4	3	3	3	4
55	3	3	3	3	3	3	4	3	2	1	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3
56	3	3	1	4	1	4	3	4	3	2	3	2	1	1	3	1	4	3	3	2
57	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	1	2	3
58	3	3	4	1	2	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3
59	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1	4	3	2	3	4	4	4
60	4	3	3	3	3	3	2	4	1	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3
61	3	3	2	4	3	1	3	3	3	1	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3
62	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	1	3	1	4	1	1

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
63	3	4	4	3	4	3	1	3	4	4	3	3	4	1	2	4	3	3	3	3
64	1	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	1	2	3	3	2	3	3	3	4
65	3	3	3	2	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	1	2	3	2	2
66	3	2	1	3	2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3
67	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4
68	3	4	3	1	1	4	4	3	4	3	3	3	1	3	4	4	3	3	3	3
69	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4
70	2	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	1	2	1	3
71	3	3	2	1	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	1
72	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	1	2	3	3	3	4	3
73	3	4	3	3	3	3	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	1	3	2
74	3	3	3	4	4	1	3	3	1	3	3	3	2	4	3	1	3	3	2	1
75	4	2	1	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	1	2	2	1	3	4
76	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	1	3	4	4	3	3	3	3	3
77	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3
78	3	4	3	3	3	3	1	3	3	4	3	3	1	3	3	3	1	3	1	2
79	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	1	4	3	2	3	3	3	3	3	3
80	4	4	3	1	4	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4
81	3	3	2	3	3	4	2	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3
82	3	3	3	1	3	3	3	2	1	3	4	3	2	1	4	3	4	3	3	4
83	4	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3
84	3	3	3	3	1	4	3	4	2	1	2	2	4	3	3	1	4	3	3	3
85	3	3	1	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	2	3	4
86	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	1	4	2	3	1	1
87	2	3	3	2	4	1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
88	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	4	2
89	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	1	3	2	3	2	3	3	3	1
90	1	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3
91	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	2	4
92	3	2	4	3	4	3	1	2	2	4	3	3	3	1	3	1	3	3	3	3
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	1	1	4	2
94	4	3	3	2	2	4	4	3	3	3	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
95	3	1	1	3	3	3	3	1	1	3	3	4	1	3	4	3	4	1	4	
96	4	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	
97	3	3	2	4	1	3	4	3	3	3	3	2	4	1	4	4	3	3	3	
98	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	1	1	3	3	4	2	3	4	2	3
99	3	3	4	3	3	3	3	3	2	1	3	3	4	3	3	4	3	3	1	
100	3	2	3	1	3	1	3	4	3	3	4	3	3	1	2	3	3	3	4	2
101	2	3	3	3	2	4	4	3	3	4	3	4	1	2	3	1	1	3	3	3
102	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	
103	3	4	3	3	3	3	2	4	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3	1	3
104	4	3	1	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
105	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	2	4	3	4	3	3	4	4	2	3
106	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	1	4	3	3	3	3
107	4	3	3	4	4	3	3	1	1	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2
108	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	1	3	3	3
109	4	2	3	3	1	3	1	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4
110	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	4	3	3	3	1	3
111	4	4	3	3	4	3	4	3	3	1	1	3	3	3	3	1	2	3	4	4
112	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	1	1	3	3	3	3	4	3	3
113	3	3	1	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	1	2	3	
114	2	4	2	4	3	1	3	3	3	3	2	4	3	4	3	2	3	4	3	3
115	3	3	3	3	4	3	4	3	1	4	3	3	3	3	1	3	3	3	4	1
116	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	1	4	3	3
117	4	2	4	2	1	4	3	2	2	2	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4
118	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	4	1	3
119	1	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	4	2	2	3	3	3
120	3	3	4	3	3	2	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
121	3	4	3	4	2	3	3	1	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
122	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	1	3	3	4	3	3	3
123	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	2	4	3	3	2	3
124	3	4	3	4	4	3	2	3	1	2	3	3	3	4	1	2	4	3	3	4

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
125	4	3	4	2	3	3	3	2	2	1	3	1	4	3	3	3	3	2	1	3
126	3	3	1	1	1	2	3	3	1	3	4	3	3	4	4	1	4	4	3	3
127	2	2	3	3	4	1	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
128	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1	3	3	3	4	4	4	3	4	4
129	4	1	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	3
130	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	2	3	4	1	3	4	3
131	3	4	2	3	3	3	3	3	2	1	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3
132	4	4	3	2	4	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	4	2	4
133	3	3	4	3	3	2	3	1	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3
134	4	1	3	3	4	3	4	3	1	1	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3
135	3	3	1	3	1	3	3	1	3	3	3	1	1	4	1	1	2	3	1	2
136	4	3	3	4	3	4	1	2	3	4	1	3	2	3	4	3	3	3	3	3
137	3	2	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3
138	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4
139	3	4	1	1	3	1	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3
140	2	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	1	3	4	3	4	1	1
141	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	1	3	3	3
142	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	3	1	4	3
143	3	1	4	4	4	3	3	1	4	3	3	3	3	3	1	1	2	4	3	4
144	3	3	3	3	3	4	4	3	1	3	4	1	3	1	4	4	4	3	2	3
145	4	4	3	4	1	3	3	2	1	4	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3
146	3	1	4	3	2	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	4	3	3	4	3
147	3	3	3	3	3	3	4	4	3	1	3	3	4	4	4	4	3	3	4	1
148	4	4	3	4	4	3	2	3	4	3	3	4	2	3	3	3	1	4	3	3
149	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3
150	3	4	1	1	4	3	4	4	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2
151	2	2	3	2	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
152	3	3	4	3	3	3	4	1	3	3	3	4	3	4	4	1	2	3	2	4
153	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	1	3	4	3	3	3	3
154	4	3	1	4	1	3	3	4	3	3	4	3	3	3	1	3	3	4	1	4

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
155	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	3	4	1	4	4	4	3	4	3	3
156	4	4	4	4	4	2	1	3	3	2	4	3	3	3	3	3	1	3	4	3
157	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	2	3	4	3	3	3	1
158	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	2	3	3	1	4	3
159	3	3	4	2	4	4	4	3	4	1	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4
160	1	2	4	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3
161	3	4	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	1	1	3	4	4
162	3	3	3	4	1	1	4	1	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3
163	2	1	1	3	4	3	3	3	3	4	1	3	3	4	3	3	3	4	1	3
164	3	3	1	1	3	2	4	2	1	4	3	4	4	3	1	3	3	3	3	3
165	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	4	4
166	3	3	3	3	2	3	1	4	3	2	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3
167	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	1	1	3	2	2	3	3	2	4
168	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3
169	3	1	4	2	3	3	3	2	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3
170	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4
171	3	2	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	3	4	3
172	3	3	2	3	3	3	4	3	1	3	3	3	4	3	3	4	3	3	1	3
173	2	4	1	4	4	3	4	3	1	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3
174	3	3	3	3	1	1	3	4	3	3	1	3	3	2	1	2	4	3	4	2
175	3	4	3	3	3	4	4	4	3	1	3	3	1	3	3	3	1	4	3	3
176	4	3	4	1	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	1
177	3	1	3	3	2	3	3	1	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3
178	3	3	3	4	3	2	3	1	4	3	3	3	3	1	3	4	4	4	2	4
179	1	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3
180	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	1	3	1	3	4
181	2	1	4	3	3	4	4	2	2	2	4	3	4	4	3	3	1	3	4	3
182	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	4	4	3	3
183	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	4	4	2	3	3	3	2
184	4	3	4	4	3	3	1	3	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
185	3	3	4	3	2	1	3	4	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
186	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	1	3	2	3	4	2	3	3
187	3	3	2	4	4	3	4	3	1	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3
188	2	4	3	3	3	4	3	1	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	1	1
189	3	3	3	1	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	1	2	4	3	3
190	3	1	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
191	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	4	4	1	3	3	3	3	3
192	3	1	3	3	3	3	4	3	2	4	3	2	3	3	3	4	4	3	4	1
193	4	3	1	2	2	3	3	3	1	3	3	3	2	4	4	3	1	4	3	3
194	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4
195	4	3	3	3	3	1	1	3	4	2	3	3	1	4	4	2	4	3	3	3
196	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	1	3	4	3	1	3	3
197	2	4	4	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	2
198	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	1
199	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	2	4	3	3
200	3	2	4	3	1	4	3	2	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3

Hasil Kuesioner Penelitian Kepuasan:

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
1	1	3	4	3	2	3	3	1	1	3	4	3	1	3	2	3	3	3	4	1
2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3
3	2	3	3	3	1	3	1	4	2	3	1	4	4	3	3	3	3	3	3	2
4	3	3	1	4	3	1	4	3	4	4	3	3	3	3	1	3	4	3	1	3
5	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	1	3	4
6	3	3	3	1	3	3	3	3	1	4	4	1	4	3	3	1	3	3	3	3
7	1	3	2	4	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4
8	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	3	1	3	2	3	3	2	3	3
9	3	3	3	2	3	3	4	1	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
10	3	4	4	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	1	4	3	2	3	3	1
11	2	3	3	3	4	4	1	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3
12	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	4	1	3	3	1	3	4
13	3	4	3	4	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
14	4	1	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	2
15	3	4	3	1	3	3	3	3	3	4	1	3	2	3	3	1	3	3	1	3
16	3	3	4	3	4	1	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3
17	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	1	4	2	3	3	2	3	1
18	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3
19	3	3	1	2	4	4	1	3	1	2	4	3	4	2	4	3	4	4	2	4
20	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	3
21	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	1	3	4	4	3	3	3	3	1
22	4	3	4	3	1	4	4	3	4	1	4	3	3	3	1	3	2	4	3	3
23	3	3	3	1	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	1	3
24	2	4	4	3	4	3	3	3	2	4	2	3	1	4	3	3	4	3	3	3
25	3	3	2	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2
26	3	3	3	4	3	3	1	4	3	3	3	2	2	4	3	1	3	2	4	3
27	4	2	3	2	3	1	3	3	4	4	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3
28	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	2	4
29	1	3	1	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3
30	2	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	1	3	3	4	3	3	4	3	1

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
31	3	1	4	3	1	3	2	3	3	3	4	3	1	3	3	4	3	3	4	3
32	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3
33	3	4	3	4	3	2	4	4	1	4	3	3	2	3	1	3	3	1	4	1
34	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3
35	3	3	3	2	3	3	4	1	3	1	3	3	3	3	4	1	3	4	3	4
36	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3
37	4	3	3	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2
38	4	1	3	3	2	3	3	4	3	3	4	1	3	2	3	3	3	3	3	3
39	3	3	4	4	3	1	3	4	3	3	1	3	3	4	2	4	4	4	4	3
40	3	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4
41	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4	3
42	3	4	1	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	1	3	3	3	1	3
43	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2
44	1	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	1	3	1	4	3
45	3	3	4	3	4	4	3	1	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
46	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	4	4	3	3	4	3	2	1
47	4	2	3	2	2	4	1	3	3	3	2	3	3	3	2	4	1	3	3	3
48	4	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
49	3	3	1	3	4	3	3	3	4	3	3	3	1	1	3	4	4	2	3	3
50	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3
51	1	4	3	4	3	1	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2
52	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	1	3	2	3	3	3	4	3	1	3
53	3	2	2	4	3	3	4	2	4	2	3	4	3	4	1	1	3	4	3	4
54	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3
55	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	1	1	3	3	3	4	2	1	3	2
56	2	3	4	1	3	3	1	1	3	4	3	3	1	4	3	3	3	3	2	3
57	3	4	3	3	1	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4
58	3	1	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3
59	3	3	1	3	3	3	4	4	1	3	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3
60	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	4	4	3	3	1	2
61	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3
62	4	2	1	3	4	3	3	3	4	1	3	2	3	2	3	1	3	3	4	3

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
63	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1
64	1	3	3	3	2	4	4	4	2	3	4	1	1	4	3	3	4	4	3	3
65	3	2	4	3	3	3	1	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4
66	4	3	1	1	3	3	3	1	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3
67	3	3	3	3	3	1	4	3	4	2	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4
68	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	1	3	3
69	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	1	3	4	4	2	3	3	3	3	2
70	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	1	3	1	3	2	3	3	2	3
71	1	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4
72	4	4	3	4	3	4	4	3	1	3	4	3	3	3	4	1	3	3	3	3
73	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	1	1	2	3	3	3	3	4	1
74	4	3	1	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	1	3	1	4	3	3
75	3	1	4	3	3	3	1	3	2	1	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3
76	3	3	3	2	3	4	3	1	3	3	2	3	3	4	3	2	3	4	1	4
77	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	4	1	3	3	3	4	2	3	3
78	2	4	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	2	4	3	3	4	2
79	3	2	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
80	3	3	3	1	4	4	3	3	3	3	1	3	2	1	3	3	4	3	3	4
81	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	1	1	3	3	4	1	3	1	3	3
82	3	4	3	4	3	1	3	3	3	4	3	3	1	4	3	4	3	3	4	1
83	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	4	2	3	3	3
84	3	1	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	1	3
85	1	3	4	3	1	4	3	3	1	1	4	3	2	2	4	2	4	3	3	3
86	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3
87	4	4	4	3	3	4	1	3	3	3	3	2	3	4	1	4	3	3	3	2
88	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	1	4	2	4
89	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	1	4	3	3	3	4	3
90	4	3	3	4	2	4	4	1	3	2	4	3	1	4	3	1	3	4	3	4
91	1	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
92	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	3	4	3	4	3
93	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	4	1	3	3	3	2	3	3	3	3
94	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	1	3	2	1	3	2

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
95	3	3	2	4	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	1	3
96	2	1	4	3	3	3	1	2	3	3	4	4	2	2	4	4	3	3	3	3
97	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4
98	3	4	3	3	1	1	3	4	4	1	3	1	4	3	4	4	4	3	3	3
99	4	3	1	3	3	3	4	3	1	3	1	3	3	1	3	1	3	3	3	4
100	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	1	3	1	4	3	4	2	1
101	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	1	3	4	3
102	3	2	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4
103	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	1
104	3	4	4	3	1	3	3	1	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3
105	3	3	1	4	3	3	1	3	3	4	4	3	4	2	3	4	3	1	3	3
106	2	1	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	1
107	3	3	4	1	4	3	4	3	4	4	2	1	3	3	3	1	3	3	3	1
108	4	4	3	3	3	2	3	2	4	3	3	4	4	1	4	3	3	4	1	3
109	3	2	2	4	2	3	3	3	3	1	4	3	1	3	3	3	3	2	3	3
110	1	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	1	4	3	2
111	3	4	3	4	3	3	3	4	1	3	4	3	4	3	4	4	3	3	2	3
112	3	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	2	3	3	1	3	4	3	3	4
113	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	2	3	4	4	3
114	3	3	4	2	4	3	3	4	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3
115	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	2
116	2	1	4	3	3	1	3	2	2	3	3	1	4	3	2	1	4	3	4	3
117	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	1	3	3	3	3	1	3	4
118	1	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	1	4	3	3	3	1	3
119	3	4	3	3	4	3	3	3	4	1	3	2	4	3	3	4	1	3	3	4
120	4	3	1	4	3	3	3	1	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3
121	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3	3
122	3	2	4	1	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	4	3	3	3	1
123	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4	2	4	3	4	2	4	3
124	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	2	3	4	3	3	1	3	3	3	4

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
125	1	1	2	1	3	4	3	3	3	3	3	1	4	1	3	3	4	3	3	
126	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	1	3	3	4	3	1	4	4	3
127	4	4	3	4	2	3	3	3	1	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	
128	3	3	3	3	3	1	2	4	3	4	3	4	3	1	3	4	3	1	3	3
129	3	3	4	3	4	3	3	3	3	1	4	3	3	3	4	3	2	3	2	4
130	2	2	3	2	3	3	4	2	3	4	3	2	4	3	1	2	3	3	3	3
131	3	4	1	3	1	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	3	4
132	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	4	1	3	3	4
133	3	1	4	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3
134	4	4	3	3	3	4	1	3	2	4	1	3	1	3	2	3	3	3	3	2
135	3	3	3	4	1	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	1	4	3	3	3
136	3	3	1	3	3	3	3	3	4	4	4	1	4	3	1	4	3	4	3	4
137	2	3	3	1	3	2	4	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1	4	3
138	3	2	4	3	4	3	3	3	4	1	3	4	2	4	3	3	2	4	3	3
139	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	1
140	3	3	4	3	3	1	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3
141	1	4	1	3	2	3	3	4	1	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4
142	3	1	4	2	3	3	4	3	3	2	3	2	1	3	4	4	2	4	1	3
143	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	1
144	3	4	2	3	4	2	1	3	3	4	4	3	4	3	3	1	3	4	3	4
145	4	2	3	1	3	3	3	4	4	3	3	1	3	1	2	3	1	4	4	3
146	3	3	4	4	1	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
147	4	4	1	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	1	3	2
148	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	3	4	3
149	3	2	3	3	3	3	4	1	4	1	3	3	3	4	1	3	3	4	3	4
150	4	4	2	4	3	4	2	3	3	3	2	4	1	3	3	4	3	3	3	3
151	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	2	4
152	3	1	3	1	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
153	3	3	2	3	4	1	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3
154	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	1	3	3	3	2	4	1

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
155	3	4	3	1	3	3	4	3	1	3	1	3	2	3	2	3	1	3	3	3
156	4	3	4	3	1	3	1	4	3	4	4	1	3	4	3	1	3	4	3	4
157	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3
158	3	3	1	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	3	1	3	3
159	1	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4
160	3	2	3	3	2	4	2	3	3	4	3	4	1	3	4	3	3	3	4	2
161	3	3	1	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3
162	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	1	1	3	2	3	2	4
163	3	4	4	1	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2
164	3	3	3	3	4	3	3	1	3	1	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3
165	4	3	4	3	3	1	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1
166	3	1	3	4	3	3	3	2	3	3	2	1	3	2	3	3	1	4	3	3
167	2	3	2	3	1	4	3	3	3	3	3	3	4	3	1	4	3	3	3	4
168	3	4	3	4	3	3	1	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	1	4	3
169	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	1	3	3	4	4	3	3
170	4	3	4	4	3	3	3	3	1	4	4	4	3	3	2	2	4	3	1	2
171	3	2	3	3	3	2	4	1	3	3	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3
172	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4
173	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	4
174	3	1	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	1	3	3	3	3	3
175	3	3	1	4	4	3	2	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	2	3	4
176	3	3	3	3	3	3	4	4	4	1	3	4	3	3	3	1	3	4	4	1
177	3	4	4	1	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	1	3	3	3
178	1	3	3	3	1	3	4	3	2	3	1	1	3	2	3	3	3	4	3	3
179	3	4	2	3	3	3	3	1	3	4	3	3	4	3	3	3	4	1	3	2
180	3	3	3	3	4	4	1	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
181	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4
182	3	1	2	3	1	3	3	3	2	4	3	3	1	1	3	4	3	3	2	3
183	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	3	2
184	2	3	3	2	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3

No.	Product								Price			People				Process			Physical Evidence	
	1	5	7	10	15	17	18	20	3	6	16	8	11	12	19	9	13	16	2	4
185	3	2	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	3	3	1	3	3	4
186	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2
187	3	3	2	1	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	2	4	3	3	3
188	4	3	3	3	1	3	2	4	3	3	1	1	3	3	1	3	3	1	3	4
189	3	1	4	4	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
190	3	4	3	3	3	1	3	3	1	3	3	4	3	1	3	3	2	4	4	1
191	3	3	1	3	3	3	4	2	3	3	3	3	1	3	4	1	3	3	3	3
192	2	4	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4
193	3	3	4	3	3	3	1	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	1	3
194	3	4	2	3	3	4	3	1	3	4	3	3	3	3	2	2	1	4	3	1
195	4	3	3	1	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3
196	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4
197	3	2	4	3	3	2	3	4	3	3	3	1	3	1	4	3	2	3	3	3
198	1	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	1	3	2
199	3	4	3	1	3	3	3	1	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4
200	3	3	2	3	1	4	4	3	4	3	1	4	1	3	3	3	3	4	3	3

LAMPIRAN 6

- Hasil Uji Validitas
- Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Validitas:

- **Harapan**

KMO and Bartlett's Test

n Measure of Sampling Adequacy.		,746
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	164,063
	df	190
	Sig.	,013

Rotated Component Matrix

	Component				
	1	2	3	4	5
product1	,557				
product5	,666				
product7	,605				
product10	,439				
product15	,533				
product17	,508				
product18	,508			,430	
product20	,448				
price3		,576			
price6		,671	,426		
price16		,431			
people8				,507	
people11				,487	
people12				,508	
people19				,452	
process9					,452
process13					,478
process14					,450
p_ev2		,427	,460		
p_ev4			,441		

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,746
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	164,063
	df	190
	Sig.	,013

Rotated Component Matrix

	Component				
	1	2	3	4	5
product1	,557				
product5	,666				
product7	,605				
product10	,439				
product15	,533				
product17	,508				
product18	,508				
product20	,448				
price3		,576			
price6		,671			
price16		,431			
people8				,507	
people11				,487	
people12				,508	
people19				,452	
process9					,452
process13					,478
process14					,450
p_ev2			,460		
p_ev4			,441		

- **Kepuasan**

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,758
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	228,467
	df	190
	Sig.	,020

Rotated Component Matrix

	Component				
	1	2	3	4	5
product1		,660			
product5		,673			
product7		,427			
product10		,496		,413	
product15		,723			
product17		,624			
product18		,552			
product20		,483			
price3			,459		
price6			,431		
price16			,426		,414
people8	,562				
people11	,534				
people12	,435		,409		
people19	,471				
process9				,527	
process13				,550	
process14				,490	
P_ev2					,468
P_ev4					,473

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,758
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	228,467
	df	190
	Sig.	,020

Rotated Component Matrix

	Component				
	1	2	3	4	5
product1		,660			
product5		,673			
product7		,427			
product10		,496			
product15		,723			
product17		,624			
product18		,552			
product20		,483			
price3			,459		
price6			,431		
price16			,426		
people8	,562				
people11	,534				
people12	,435				
people19	,471				
process9				,527	
process13				,550	
process14				,490	
P_ev2					,468
P_ev4					,473

Hasil Uji Reliabilitas:

- Harapan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha(a)	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items(a)	N of Items
,769	,770	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
product1	20,5524	4,344	,316	,008	,635
product5	20,5667	4,476	,370	,037	,673
product7	20,6619	4,234	,328	,036	,652
product10	20,6476	4,201	,360	,016	,689
product15	20,6286	4,349	,333	,022	,651
product17	20,6333	4,339	,317	,025	,628
product18	20,5476	4,335	,321	,024	,660
product20	20,6619	4,234	,362	,013	,681

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,756	,757	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
price3	5,8857	1,394	,363	,015	,646
price6	5,8286	1,234	,321	,015	,680
price16	5,7524	1,575	,349	,014	,657

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,756	,757	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
people8	8,7952	2,231	,354	,010	,674
people11	8,8238	2,041	,362	,010	,697
people12	8,8238	2,203	,367	,002	,692
people19	8,8000	2,266	,346	,004	,690

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,714	,715	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
process9	5,8143	1,434	,375	,006	,692
process13	5,8429	1,435	,364	,006	,658
process14	5,7048	1,750	,331	,001	,636

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha(a)	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items(a)	N of Items
,674	,675	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p_ev2	2,9524	,725	,359	,025	,6524
p_ev4	2,9095	,714	,371	,037	,6645

- **Kepuasan**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.792	,793	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
product1	20.5143	3.667	.325	.017	.637
product5	20.4857	3.801	.339	.030	.675
product7	20.5190	3.887	.364	.030	.723
product10	20.4762	4.059	.315	.052	.621
product15	20.5143	3.830	.353	.035	.725
product17	20.4476	4.526	.333	.062	.672
product18	20.5238	4.145	.340	.051	.728
product20	20.4857	3.648	.364	.036	.690

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.697	.698	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
price3	5.9762	1.133	.359	.003	.672
price6	5.9286	1.225	.386	.008	.658
price16	5.9429	1.269	.379	.007	.631

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.721	.722	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
people8	8.6333	1.745	.327	.006	.640
people11	8.6810	1.969	.363	.017	.665
people12	8.6190	2.180	.317	.045	.657
people19	8.6095	1.990	.324	.039	.684

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.741	.742	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
process9	5,8857	1,221	,368	,028	,638
process13	5,8952	1,223	,351	,023	,675
process14	5,8667	1,150	,363	,027	,689

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.656	.657	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P_ev2	2.8810	.794	.355	.006	.636
P_ev4	3.0048	.598	.376	.006	.652

LAMPIRAN 7

- Tabel Chi Kuadrat

RIWAYAT HIDUP

Nama : Robi Cahyadi

Alamat : Jln. Jend. Sudirman No.601
Purwokerto – Jawa Tengah

Tempat dan tanggal lahir : Yogyakarta, 13 Desember 1986

Riwayat Pendidikan :

- SD Santo Yosep, Purwokerto
- SMP Susteran, Purwokerto
- SMA Kristen Satya Wacana, Salatiga
- Fakultas Teknik Jurusan Teknik Industri, Universitas Kristen Maranatha, Bandung