

**ANALISA PERSEPSI KUALITAS MEREK**  
**(Studi Kasus Produk PROMAG pada Konsumen Jakarta)**

Dengan hormat, kami mengharapkan kesediaan Anda untuk dapat mengisi daftar pertanyaan berikut. Jawaban serta alasan yang Anda berikan hanyalah untuk kepentingan ilmiah semata. Atas kesediaan Anda mengisi kuisisioner ini kami ucapkan TERIMA KASIH.

Untuk pertanyaan pilihan : Berilah tanda ( X ) pada alternatif yang anda anggap paling sesuai dengan pendapat Anda.

**I. Keterangan Wawancara.**

1. Nomor Urut : .....
2. Tanggal/Jam Wawancara : .....

**II. Karakteristik Responden.**

1. Jenis Kelamin/Usia : a. Pria b. Wanita
2. Usia  
 a. < 17 thn b. 17 – 21 thn c. 21 – 27 thn  
 d. 27 – 35 thn e. 35 – 45 thn f. > 45 thn
3. Pendidikan terakhir  
 a. SMP b. SMA c. Akademi  
 d. Universitas e. Lainnya : .....
4. Pekerjaan :  
 a. Pelajar/Mahasiswa b. Ibu RT c. Pegawai Negeri  
 d. Pegawai Swasta e. Lainnya : .....
5. Berapa rata-rata pengeluaran pribadi anda untuk makanan/bulan :  
 a. < Rp. 500.000,- b. Rp. 500.001 – 750.000,-  
 c. Rp. 750.001 – 1.000.001,- d. Rp. 1.000.001 – 1.250.000,-  
 e. Rp. 1.250.001 – 1.500.000,- f. > Rp. 1.500.000,-
6. Saat ini, apakah pendapat Anda tentang tubuh Anda :  
 a. Kurus b. Biasa saja c. Ideal d. Gemuk
7. Seberapa sering Anda minum produk PROMAG :  
 a. Sese kali saja (min. 3X konsumsi) b. Jarang (min. 1X sebulan)  
 c. Cukup sering (min. 2X sebulan) d. Sering (min. 1X seminggu)

- d. Rutin, jelaskan;.....X se.....
8. Alasan mengkonsumsi :
- |                    |                            |
|--------------------|----------------------------|
| a. Hanya coba-coba | b. Untuk menjaga kesehatan |
| c. Ingin langsing  | d. Lainnya .....           |

### III. Pengujian Tingkat Kepentingan Suatu Produk

1. Menurut pendapat Anda, apakah desain dari suatu kemasan produk penting :
 

a. Sangat penting	b. Penting	c. Cukup penting
d. Tidak penting	e. Sangat tidak penting	
2. Menurut pendapat Anda, apakah rasa dari suatu produk penting :
 

a. Sangat penting	b. Penting	c. Cukup penting
d. Tidak penting	e. Sangat tidak penting	
3. Menurut pendapat Anda, apakah warna obat dari suatu produk penting :
 

a. Sangat penting	b. Penting	c. Cukup penting
d. Tidak penting	e. Sangat tidak penting	
4. Menurut pendapat Anda, apakah bentuk dari suatu obat (serbuk/tablet) penting:
 

a. Sangat penting	b. Penting	c. Cukup penting
d. Tidak penting	e. Sangat tidak penting	
5. Menurut pendapat Anda, apakah komposisi kandungan (isi) dari suatu produk penting :
 

a. Sangat penting	b. Penting	c. Cukup penting
d. Tidak penting	e. Sangat tidak penting	
6. Menurut pendapat Anda, apakah tingkat keamanan bagi kesehatan dari suatu produk penting :
 

a. Sangat penting	b. Penting	c. Cukup penting
d. Tidak penting	e. Sangat tidak penting	
7. Menurut pendapat Anda, apakah kealamian bahan dari suatu produk penting :
 

a. Sangat penting	b. Penting	c. Cukup penting
d. Tidak penting	e. Sangat tidak penting	
8. Menurut pendapat Anda, apakah kualitas dari suatu produk penting :
 

a. Sangat penting	b. Penting	c. Cukup penting
d. Tidak penting	e. Sangat tidak penting	
9. Menurut pendapat Anda, apakah harga dari suatu produk penting :
 

a. Sangat penting	b. Penting	c. Cukup penting
d. Tidak penting	e. Sangat tidak penting	
10. Menurut pendapat Anda, apakah kestabilan harga (tidak cepat berubah-ubah) dari suatu produk penting :
 

a. Sangat penting	b. Penting	c. Cukup penting
d. Tidak penting	e. Sangat tidak penting	
11. Menurut pendapat Anda, apakah keragaman harga (sama diberbagai outlet) dari suatu produk penting :
 

a. Sangat penting	b. Penting	c. Cukup penting
d. Tidak penting	e. Sangat tidak penting	

12. Menurut pendapat Anda, apakah adanya perbedaan harga (diskon) untuk pembelian secara banyak/besar dibandingkan dengan pembelian eceran dari suatu produk penting :
  - a. Sangat penting
  - b. Penting
  - c. Cukup penting
  - d. Tidak penting
  - e. Sangat tidak penting
13. Menurut pendapat Anda, apakah kuantitas (banyaknya) promosi dari suatu produk penting :
  - a. Sangat penting
  - b. Penting
  - c. Cukup penting
  - d. Tidak penting
  - e. Sangat tidak penting
14. Menurut pendapat Anda, apakah kualitas (mutu) promosi dari suatu produk penting:
  - a. Sangat penting
  - b. Penting
  - c. Cukup penting
  - d. Tidak penting
  - e. Sangat tidak penting
15. Menurut pendapat Anda, apakah pemilihan media promosi (misal TV, koran, dsb.) untuk suatu produk penting :
  - a. Sangat penting
  - b. Penting
  - c. Cukup penting
  - d. Tidak penting
  - e. Sangat tidak penting
16. Menurut pendapat Anda, apakah adanya promosi (misal : pemberian hadiah melalui undian, kuis, dsb.) dari suatu produk penting :
  - a. Sangat penting
  - b. Penting
  - c. Cukup penting
  - d. Tidak penting
  - e. Sangat tidak penting
17. Menurut pendapat Anda, apakah kemudahan memperoleh (tersedia dimana-mana) dari suatu produk penting :
  - a. Sangat penting
  - b. Penting
  - c. Cukup penting
  - d. Tidak penting
  - e. Sangat tidak penting
18. Menurut pendapat Anda, apakah ketersediaan (stok selalu ada di outlet) dari suatu produk penting :
  - a. Sangat penting
  - b. Penting
  - c. Cukup penting
  - d. Tidak penting
  - e. Sangat tidak penting
19. Menurut pendapat Anda, apakah display (barang terlihat di outlet) dari suatu produk penting :
  - a. Sangat penting
  - b. Penting
  - c. Cukup penting
  - d. Tidak penting
  - e. Sangat tidak penting
20. Menurut pendapat Anda, apakah kerapian/keindahan display/pemajangan di outlet untuk suatu produk penting :
  - a. Sangat penting
  - b. Penting
  - c. Cukup penting
  - d. Tidak penting
  - e. Sangat tidak penting

#### IV. Pengujian Persepsi Kualitas Merek Produk PROMAG

1. Menurut pendapat Anda, bagaimana desain kemasan produk PROMAG :
  - a. Sangat bagus
  - b. Bagus
  - c. Cukup bagus
  - d. Jelek
  - e. Sangat jelek
2. Menurut pendapat Anda, bagaimana rasa dari produk PROMAG :
  - a. Sangat enak
  - b. Enak
  - c. Cukup enak



14. Menurut pendapat Anda, bagaimana kualitas (mutu) promosi dari produk PROMAG:
 

a. Sangat bagus	b. Bagus	c. Cukup bagus
d. Tidak bagus	e. Sangat tidak bagus	
15. Menurut pendapat Anda, bagaimanakah pemilihan media promosi (TV, Media massa) dari produk PROMAG :
 

a. Sangat baik	b. Baik	c. Cukup baik
d. Tidak baik	e. Sangat tidak baik	
16. Menurut pendapat Anda, bagaimana tentang adanya promosi (pemberian hadiah melalui undian, kuis) dari produk PROMAG :
 

a. Sangat bagus	b. Bagus	c. Cukup bagus
d. Tidak bagus	e. Sangat tidak bagus	
17. Menurut pendapat Anda, bagaimana kemudahan memperoleh produk PROMAG :
 

a. Sangat mudah	b. Mudah	c. Agak sulit
d. Sulit	e. Sangat sulit	
18. Menurut pendapat Anda, bagaimana ketersediaan barang di outlet dari produk PROMAG :
 

a. Sangat bagus	b. Bagus	c. Cukup bagus
d. Tidak bagus	e. Sangat tidak bagus	
19. Menurut pendapat Anda, bagaimana tentang display/keterlihatan produk di outlet dari PROMAG :
 

a. Sangat bagus	b. Bagus	c. Cukup bagus
d. Tidak bagus	e. Sangat tidak bagus	
20. Menurut pendapat Anda, bagaimana kerapian/keindahan display/pemajangan di outlet dari produk PROMAG :
 

a. Sangat bagus	b. Bagus	c. Cukup bagus
d. Tidak bagus	e. Sangat tidak bagus	

**Untuk masa yang akan datang, apakah anda ingin pindah ke merek lain ?**

- **Tidak**

- **Ya, sebutkan mereknya dan alasannya .....**  
 .....  
 .....  
 .....

**PERHITUNGAN PERFORMANCE DAN IMPOTANCE  
PRODUK PROMAG**

1. Untuk elemen desain kemasan, *performancenya* adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat bagus	2	5	10	25	50	3
Bagus	30	4	120	16	480	42,8
Cukup bagus	30	3	90	9	270	42,8
Jelek	5	2	10	4	20	7,2
Sangat jelek	3	1	3	1	3	4,2
Total	70		233		823	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{233}{70} = 3,32$$

Sedangkan *importance* desain kemasan adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	27	5	135	25	675	38,6
Penting	32	4	128	16	512	45,7
Cukup penting	8	3	24	9	72	11,4
Tidak penting	3	2	6	4	12	4,3
Sangat tidak penting	0	1	0	1	0	0
Total	70		296		1271	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{296}{70} = 4,22$$

2. Untuk elemen rasa dari produk *performancenya* adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat enak	1	5	5	25	125	1,4
Enak	32	4	128	16	512	45,6
Cukup enak	30	3	90	9	270	43
Tidak enak	5	2	10	4	20	7
Sangat tidak enak	2	1	2	1	2	3
Total	70		233		929	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{235}{70} = 3,35$$

Sedangkan *importance* rasa suatu produk adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	36	5	180	25	700	51,4
Penting	23	4	92	16	368	32,9
Cukup penting	8	3	24	9	72	11,4
Tidak penting	3	2	6	4	12	4,3
Sangat tidak penting	0	1	1	1	0	0
Total	70		178		1352	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{303}{70} = 4,32$$

3. Untuk elemen warna dari obat *performancenya* adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat menarik	3	5	15	25	75	4,3
Menarik	33	4	132	16	328	47
Cukup menarik	30	3	90	9	270	43
Tidak menarik	4	2	8	4	16	5,7
Sangat tidak menarik	0	1	0	1	0	0
Total	70		245		889	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{245}{70} = 3,5$$

Sedangkan *importance* warna dari obat adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	13	5	65	25	325	18,6
Penting	36	4	144	16	576	51,4
Cukup penting	13	3	39	9	117	18,6
Tidak penting	8	2	16	4	32	11,4
Sangat tidak penting	0	1	0	1	0	0
Total	70		264		1050	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{264}{70} = 3,77$$

4. Untuk elemen bentuk obat *performancenya* adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat baik	10	5	50	25	250	14,3
Baik	34	4	136	16	544	48,6
Cukup baik	21	3	63	9	189	30
Tidak baik	5	2	10	4	20	7,1
Sangat tidak baik	0	1	0	1	0	0
Total	70		259		1003	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{259}{70} = 3,7$$

Sedangkan *importance* bentuk dari produk adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	22	5	110	25	550	31,4
Penting	31	4	124	16	496	44,3
Cukup penting	7	3	21	9	63	10
Tidak penting	10	2	20	4	40	14,3
Sangat tidak penting	0	1	0	1	0	0
Total	70		275		1149	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{275}{70} = 3,74$$

5. Untuk elemen komposisi kandungan produk, *performancenya* adalah sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat baik	7	5	35	25	175	10
Baik	43	4	172	16	688	61,4
Cukup baik	16	3	48	9	144	22,9
Tidak baik	3	2	6	4	12	4,3
Sangat tidak baik	1	1	1	1	1	1,4
Total	70		262		1020	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{262}{70} = 3,74$$



Sedangkan *importance* komposisi kandungan produk adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	56	5	280	25	1400	80
Penting	10	4	40	16	160	14,2
Cukup penting	2	3	6	9	18	2,8
Tidak penting	0	2	0	4	0	0
Sangat tidak penting	2	1	2	1	2	3
Total	70		328		1580	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{328}{70} = 4,68$$

6. Untuk elemen tingkat keamanan produk *performancenya* adalah sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat aman	8	5	40	25	175	11,4
Aman	60	4	140	16	688	85,7
Cukup aman	2	3	6	9	144	2,8
Tidak aman	0	2	0	4	12	0
Sangat tidak aman	0	1	0	1	1	0
Total	70		286		1178	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{286}{70} = 4,08$$

Sedangkan *importance* tingkat keamanan adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	50	5	250	25	250	71,4
Penting	16	4	64	16	256	22,8
Cukup penting	2	3	6	9	18	3
Tidak penting	2	2	4	4	8	2,8
Sangat tidak penting	0	1	0	1	0	0
Total	70		324		1532	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{324}{70} = 4,62$$

7. Untuk elemen kealamian bahan obat *performancenya* adalah sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f X <sup>2</sup>	%
Sangat alami	5	5	25	25	123	7,1
Alami	20	4	100	16	320	28,5
Cukup alami	35	3	105	9	315	50
Tidak alami	8	2	16	4	32	11,4
Sangat tidak alami	2	1	2	1	2	3
Total	70		248		794	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{248}{70} = 3,54$$

Sedangkan *importance* kealamian bahan dari obat adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	39	5	195	25	975	55,7
Penting	22	4	88	16	352	31,4
Cukup penting	6	3	18	9	54	8,6
Tidak penting	3	2	6	4	12	4,3
Sangat tidak penting	0	1	0	1	0	0
Total	70		307		1393	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{307}{70} = 4,38$$

8. Untuk elemen kualitas obat dari produk *performancenya* adalah sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f X <sup>2</sup>	%
Sangat bagus	8	5	40	25	200	11,4
Bagus	37	4	148	16	592	52,9
Cukup bagus	22	3	66	9	198	31,4
Tidak bagus	3	2	6	4	12	4,3
Sangat tidak bagus	0	1	0	1	0	0
Total	70		260		1002	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{260}{70} = 3,7$$

Sedangkan *importance* kualitas dari produk adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	39	5	295	25	1475	84,3
Penting	9	4	36	16	144	12,8
Cukup penting	2	3	6	9	18	2,9
Tidak penting	0	2	0	4	0	0
Sangat tidak penting	0	1	0	1	0	0
Total	70		337		1637	100

Sedangkan *importance* kestabilan harga dari suatu produk adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	26	5	130	25	650	37,1
Penting	29	4	116	16	464	41,5
Cukup penting	14	3	42	9	126	20
Tidak penting	0	2	0	4	0	0
Sangat tidak penting	1	1	1	1	1	1,4
Total	70		289		1241	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{289}{70} = 4,12$$

11. Untuk elemen keseragaman harga *performancenya* adalah sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f X <sup>2</sup>	%
Sangat seragam	5	5	25	25	125	7,1
Seragam	24	4	96	16	384	34,3
Cukup seragam	29	3	87	9	261	41,4
Tidak seragam	9	2	18	4	36	12,6
Sangat tidak seragam	3	1	3	1	3	4,3
Total	70		229		809	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{229}{70} = 3,27$$

Sedangkan *importance* keseragaman harga adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	17	5	85	25	425	24,3
Penting	38	4	152	16	608	54,3
Cukup penting	9	3	27	9	81	12,9
Tidak penting	5	2	10	4	20	7,1
Sangat tidak penting	1	1	1	1	1	1,4
Total	70		275		1135	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{275}{70} = 3,92$$

12. Untuk elemen pemberian dicount, *performancenya* adalah sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat bagus	10	5	50	25	250	14,3
Bagus	30	4	120	16	480	42,8
Cukup bagus	24	3	72	9	216	34,3
Tidak bagus	4	2	8	4	16	5,7
Sangat tidak bagus	3	1	2	1	2	2,8
Total	70		252		964	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{252}{70} = 3,6$$

Sedangkan *importance* pemberian discount produk adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	23	5	115	25	575	32,8
Penting	26	4	204	16	416	37,1
Cukup penting	13	3	39	9	117	18,6
Tidak penting	6	2	12	4	24	8,5
Sangat tidak penting	2	1	2	1	2	3
Total	70		272		1134	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{272}{70} = 3,88$$

13. Untuk elemen kuantitas promosi, *performancenya* adalah sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat banyak	13	5	65	25	325	18,6
Banyak	20	4	80	16	320	28,6
Cukup banyak	27	3	81	9	243	38,6
Sedikit	10	2	20	4	40	14,2
Sangat sedikit	0	1	0	1	0	0
Total	70		246		928	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{246}{70} = 3,51$$

Sedangkan *importance* kuantitas promosi produk adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	23	5	115	25	575	32,9
Penting	26	4	104	16	416	37,2
Cukup penting	17	3	51	9	153	24,2
Tidak penting	4	2	8	4	16	5,7
Sangat tidak penting	2	1	0	1	0	0
Total	70		278		1160	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{278}{70} = 3,97$$

14. Untuk elemen kualitas produk *performancenya* adalah sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat banyak	9	5	45	25	225	12,9
Banyak	37	4	148	16	592	52,9
Cukup banyak	22	3	66	9	198	31,4
Sedikit	1	2	2	4	4	1,4
Sangat sedikit	1	1	1	1	1	1,4
Total	70		262		1020	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{262}{70} = 3,74$$

Sedangkan *importance* kualitas promosi suatu produk adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	44	5	220	25	1100	62,9
Penting	20	4	80	16	320	28,6
Cukup penting	6	3	18	9	54	8,6
Tidak penting	0	2	0	4	0	0
Sangat tidak penting	0	1	0	1	0	0
Total	70		318		1474	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{318}{70} = 4,54$$

15. Untuk elemen penggunaan media promosi *performancenya* adalah sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat baik	20	5	100	25	500	28,6
Baik	35	4	140	16	592	30
Cukup baik	12	3	36	9	108	17,2
Tidak baik	1	2	2	4	4	1,4
Sangat tidak baik	2	1	2	1	2	2,85
Total	70		280		1206	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{280}{70} = 4$$

Sedangkan *importance* penggunaan media promosi adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	28	5	140	25	700	40
Penting	25	4	100	16	400	35,7
Cukup penting	10	3	30	9	90	14,3
Tidak penting	7	2	14	4	28	10
Sangat tidak penting	0	1	0	1	0	0
Total	70		284		1218	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{284}{70} = 4,05$$

16. Untuk elemen promosi produk *performancenya* adalah sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat baik	20	5	100	25	500	28,6
Baik	25	4	100	16	400	35,8
Cukup baik	21	3	63	9	189	30
Tidak baik	2	2	4	4	8	2,8
Sangat tidak baik	2	1	2	1	2	2,8
Total	70		269		1099	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{269}{70} = 3,84$$

Sedangkan *importance* promosi dari produk adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	30	5	150	25	750	42,9
Penting	20	4	80	16	320	28,6
Cukup penting	6	3	18	9	54	8,6
Tidak penting	11	2	22	4	44	15,7
Sangat tidak penting	3	1	3	1	3	4,2
Total	70		273		983	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{273}{70} = 3,9$$

17. Untuk elemen kemudahan memperoleh *performancenya* adalah sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat mudah	34	5	170	25	850	48,6
Mudah	35	4	140	16	560	50
Agak sulit	0	3	0	9	0	0
Sulit	1	2	2	4	4	1,4
Sangat sulit	0	1	0	1	0	0
Total	70		312		1414	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{312}{70} = 4,45$$

Sedangkan *importance* kemudahan memperoleh produk adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	50	5	250	25	1250	71,5
Penting	19	4	76	16	304	27,1
Cukup penting	1	3	3	9	9	1,4
Tidak penting	0	2	0	4	0	0
Sangat tidak penting	0	1	0	1	0	0
Total	70		329		1563	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{329}{70} = 4,7$$

18. Untuk elemen ketersediaan (*continius stock*) produk, *performancenya* adalah sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat baik	15	5	75	25	375	21,5
Baik	45	4	180	16	720	64,3
Cukup baik	10	3	30	9	90	14,2
Tidak baik	0	2	0	4	0	0
Sangat tidak baik	0	1	0	1	0	0
Total	70		285		1185	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{285}{70} = 4,07$$

Sedangkan *importance* ketersediaan produk adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	33	5	165	25	825	47,1
Penting	33	4	132	16	328	47,1
Cukup penting	4	3	12	9	36	5,8
Tidak penting	0	2	0	4	0	0
Sangat tidak penting	0	1	0	1	0	0
Total	70		309		1389	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{309}{70} = 4,14$$

19. Untuk elemen keterlihatan produk di outlet *performancenya* adala sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat bagus	7	5	35	25	175	10
Bagus	37	4	48	16	392	52,8
Cukup bagus	25	3	75	9	225	33,8
Tidak bagus	1	2	2	4	4	1,4
Sangat tidak bagus	0	1	0	1	0	0
Total	70		260		996	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{260}{70} = 3,71$$

Sedangkan *importance* keterlihatan suatu produk di outlet adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	17	5	85	25	425	24,3
Penting	39	4	156	16	624	55,7
Cukup penting	9	3	27	9	81	12,8
Tidak penting	4	2	8	4	16	5,8
Sangat tidak penting	1	1	1	1	1	1,4
Total	70		277		1147	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{277}{70} = 3,95$$

20. Untuk elemen keindahan pemajangan/display *performancenya* adala sebagai berikut:

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat bagus	8	5	40	25	200	11,4
Bagus	30	4	120	16	480	42,9
Cukup bagus	28	3	84	9	252	40
Tidak bagus	4	2	8	4	16	5,7
Sangat tidak bagus	0	1	0	1	0	0
Total	70		252		948	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{252}{70} = 3,6$$



Sedangkan *importance* keterlihatan suatu produk di outlet adalah sebagai berikut :

	f	X	f.x	X <sup>2</sup>	f. X <sup>2</sup>	%
Sangat penting	62	5	310	25	1550	88,5
Penting	4	4	16	16	64	5,7
Cukup penting	2	3	6	9	18	2,8
Tidak penting	0	2	0	4	0	0
Sangat tidak penting	2	1	2	1	2	3
Total	70		334		1634	100

$$\text{Rata-rata} = \frac{334}{70} = 4,77$$

## ANALISA TINGKAT KESESUAIAN PERFORMANCE – IMPORTANCE

- |  |  |
|--|--|
| 1. $\frac{233}{296} \times 100\% = 78,71$  | 2. $\frac{235}{303} \times 100\% = 77,55$  |
| 3. $\frac{245}{264} \times 100\% = 92,80$  | 4. $\frac{259}{275} \times 100\% = 94,18$  |
| 5. $\frac{262}{328} \times 100\% = 79,8$   | 6. $\frac{286}{324} \times 100\% = 88,27$  |
| 7. $\frac{248}{307} \times 100\% = 80,78$  | 8. $\frac{260}{337} \times 100\% = 77,15$  |
| 9. $\frac{275}{292} \times 100\% = 94,17$  | 10. $\frac{255}{289} \times 100\% = 88,23$ |
| 11. $\frac{229}{275} \times 100\% = 83,27$ | 12. $\frac{252}{272} \times 100\% = 92,64$ |
| 13. $\frac{246}{278} \times 100\% = 88,48$ | 14. $\frac{262}{318} \times 100\% = 82,38$ |
| 15. $\frac{280}{284} \times 100\% = 98,59$ | 16. $\frac{269}{273} \times 100\% = 98,53$ |
| 17. $\frac{312}{329} \times 100\% = 94,8$  | 18. $\frac{285}{309} \times 100\% = 92,23$ |
| 19. $\frac{260}{277} \times 100\% = 93,86$ | 20. $\frac{252}{334} \times 100\% = 75,44$ |



TINGKAT KEPENTINGAN

KUESIONER KORSPONDEN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	TOTAL	KUADRAT TOTAL																								
1	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	87	7589																								
2	4	3	3	4	5	5	5	3	2	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	82	6724																								
3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	87	5929																								
4	5	3	3	3	5	5	5	3	3	4	4	2	3	5	4	5	5	3	3	3	72	5184																								
5	4	4	2	4	4	5	4	5	4	4	5	2	4	4	4	4	5	5	4	2	79	6241																								
6	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	93	8649																								
7	2	2	2	2	5	5	3	5	3	4	2	4	3	3	4	2	5	4	4	2	66	4356																								
8	4	3	4	4	5	5	4	5	3	3	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4	78	6084																								
9	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	86	7396																								
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	10000																								
11	5	4	4	3	5	5	5	5	4	3	3	3	5	3	3	5	3	3	5	4	83	6889																								
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	10000																								
13	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	2	5	5	5	5	5	88	7744																								
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	88	7744																								
15	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	85	7225																								
16	3	3	2	2	1	5	3	5	3	4	1	4	3	4	3	4	5	5	4	4	68	4624																								
17	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3	3	5	3	3	5	5	4	3	3	83	6889																								
18	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	83	5929																								
19	4	3	3	3	5	5	5	5	4	3	4	5	3	3	2	3	4	4	4	5	77	6241																								
20	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	79	7056																								
21	5	5	3	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	84	5476																								
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	2	2	4	4	4	4	74	7569																								
23	5	5	2	2	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	87	7056																								
24	5	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	1	4	5	5	2	5	5	5	5	84	7056																								
25	3	3	2	4	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	86	7396																								
26	3	3	3	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	91	8281																								
27	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	81	6561																								
28	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	5	4	4	4	4	84	7056																								
29	5	4	3	2	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	89	7921																								
30	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	2	5	5	4	5	4	4	4	83	6889																								
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	3	5	5	3	3	3	91	8281																								
32	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	2	5	5	2	3	3	82	6724																								
33	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	87	7589																								
34	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	90	8100																								
35	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	80	6400																								
36	5	2	4	2	4	4	4	2	1	3	4	4	5	4	2	4	4	2	4	2	68	4624																								
37	3	4	4	3	4	5	5	4	3	5	4	3	4	5	6	4	4	3	4	4	80	6400																								
38	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	92	8464																								
39	5	5	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	85	7225																								
40	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	91	8281																								
41	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	1	4	4	4	5	88	7744																								
42	3	5	4	3	3	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	3	4	1	4	4	77	5929																								
43	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	86	7396																								
44	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	97	9409																								
45	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	5	5	4	3	3	90	8100																								
46	4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	86	7396																								
47	4	4	4	4	5	5	3	5	4	3	2	3	3	3	2	2	3	4	2	3	68	4624																								
48	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	6084																								
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	10000																								
50	3	4	2	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	3	2	4	5	3	3	3	74	5476																								
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	97	9409																								
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	10000																								
53	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	79	6241																								
54	5	4	2	4	5	5	5	5	4	4	5	5	2	5	4	3	5	5	4	4	82	6724																								
55	4	5	4	2	4	4	5	5	4	5	3	5	2	5	4	3	5	5	4	4	84	7056																								
56	5	5	5	4	5	5	2	5	1	4	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	77	5929																								
57	4	5	4	4	5	5	5	5	4	2	2	2	2	5	2	4	5	4	2	3	97	7409																								
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	83	6889																								
59	3	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81	6561																								
60	5	3	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	3	3	4	2	5	5	4	4	90	8100																								
61	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	84	7056																								
62	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	83	6889																								
63	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	3	3	79	6241																								
64	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	3	3	78	5776																								
65	2	4	2	2	5	5	4	5	4	4	4	5	2	3	3	5	5	4	3	3	90	8100																								
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	91	8281																								
67	5	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	87	7589																								
68	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	87	7589																								
69	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	86	7396																								
70	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	86	7396																								
Kuadrat	Jml	Jumlah	88.208	287	90	300	268	68.564	258	76.729	277	110.889	333	119.025	345	93.638	308	111.656	334	86.438	294	82.369	287	78.961	281	72800	270	81.225	285	97.344	312	81.225	285	67.061	259	108.929	327	96.1	310	76.729	277	79.524	282	36.010	88.5917	500724





## Analisa Regresi

NO	X1	X2	X3	X4	Y
1	29	14	16	15	4,75
2	26	13	17	13	4,39
3	29	13	14	15	4,77
4	28	15	15	14	4,64
5	32	16	18	17	4,82
6	34	19	18	20	4,87
7	29	14	16	16	4,80
8	29	15	15	15	4,79
9	31	16	16	17	4,82
10	28	14	15	17	4,57
11	29	14	15	17	4,83
12	40	20	20	20	5,00
13	24	16	12	17	4,20
14	25	13	14	15	4,21
15	29	14	15	14	4,83
16	32	14	17	16	4,83
17	32	15	15	17	4,83
18	30	16	16	16	4,79
19	27	18	17	17	4,55
20	31	14	16	16	4,83
21	30	18	16	16	4,79
22	32	14	15	17	4,85
23	31	14	18	16	4,84
24	26	15	17	17	4,58
25	26	13	15	16	4,39
26	37	20	18	19	4,94
27	31	15	16	16	4,84
28	31	15	16	16	4,83
29	31	14	18	17	4,83
30	26	15	15	16	4,33
31	26	14	16	17	4,41
32	28	15	16	14	4,72
33	24	15	17	14	4,18
34	31	15	17	16	4,84
35	24	14	15	17	4,2
36	26	15	15	15	4,41
37	26	13	15	16	4,38
38	27	14	17	17	4,59
39	29	13	15	15	4,78
40	32	15	16	16	4,85
41	29	14	16	17	4,78
42	30	15	16	16	4,80
43	35	20	14	20	4,88
44	36	14	17	16	4,91
45	30	15	16	17	4,82
46	28	17	17	15	4,70

NO	X1	X2	X3	X4	Y
47	26	14	15	14	4.42
48	28	16	16	14	4.65
49	37	16	18	20	4.95
50	30	17	18	15	4.80
51	26	14	15	15	4.44
52	37	20	20	19	4.97
53	28	14	15	14	4.68
54	28	14	15	15	4.63
55	29	13	17	13	4.77
56	22	15	11	13	3.86
57	22	12	12	15	3.89
58	26	13	16	15	4.42
59	28	16	16	17	4.66
60	31	14	17	17	4.81
61	32	16	16	15	4.84
62	26	13	17	15	4.51
63	25	15	15	13	4.21
64	28	14	15	14	4.67
65	30	14	12	16	4.78
66	30	17	19	16	4.81
67	15	12	6	14	2.58
68	31	15	16	17	4.82
69	33	18	18	18	4.85
70	32	16	18	19	4.84



# Regression

## Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	4,6350	,35286	70
X1	29,09	3,922	70
X2	15,29	2,214	70
X3	16,09	2,477	70
X4	16,19	2,045	70

## Correlations

		Y	X1	X2	X3	X4
Pearson Correlation	Y	1,000	,863	,441	,784	,432
	X1	,863	1,000	,700	,860	,719
	X2	,441	,700	1,000	,690	,721
	X3	,784	,860	,690	1,000	,643
	X4	,432	,719	,721	,643	1,000
Sig. (1-tailed)	Y	.	,000	,000	,000	,000
	X1	,000	.	,000	,000	,000
	X2	,000	,000	.	,000	,000
	X3	,000	,000	,000	.	,000
	X4	,000	,000	,000	,000	.
N	Y	70	70	70	70	70
	X1	70	70	70	70	70
	X2	70	70	70	70	70
	X3	70	70	70	70	70
	X4	70	70	70	70	70

## Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X3, X2, X1		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,922 <sup>a</sup>	,850	,841	,14068

**Model Summary**

Model	Change Statistics				
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,850	92,270	4	65	,000

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,305	4	1,826	92,270	,000 <sup>a</sup>
	Residual	1,286	65	,020		
	Total	8,591	69			

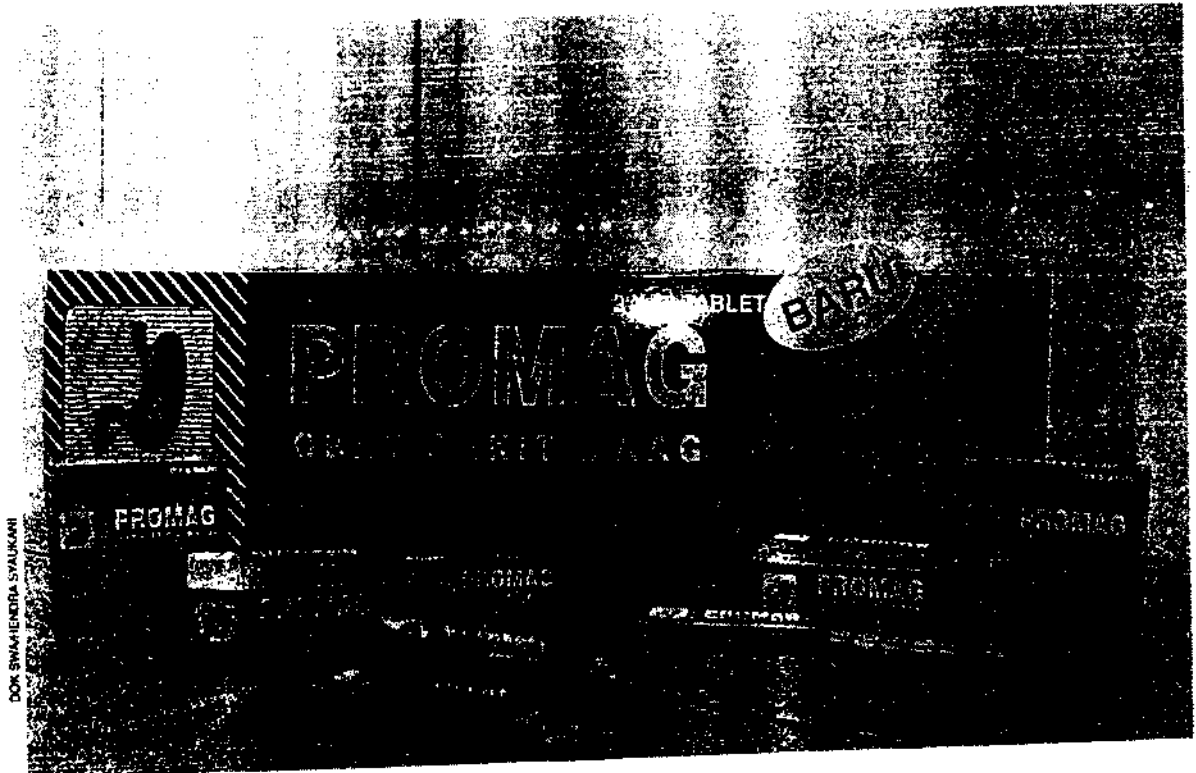
a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,782	,142		19,549	,000
	X1	9,079E-02	,009	1,009	9,677	,000
	X2	-3,822E-02	,012	-,240	-3,117	,003
	X3	3,875E-02	,014	,272	2,805	,007
	X4	-5,104E-02	,013	-,296	-3,846	,000

a. Dependent Variable: Y



**PROMAG.**  
Bertekad melanjutkan pendekatan ke arah masyarakat muslim.