

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka.
- Ahmad, I., Djajasinga, N. D., Astuti, S. D., Sanny, A., Cahyadi, N., Mamengko, R. P., Reza, V., Suarna, I. F., & Mekaniwati, A. (2022). *Digital Marketing (Concept, Strategy, and Implementation)*. Batam: Cendikia Mulia Mandiri.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amin, H. J. (2021). Influence of Marketing Strategies on the Performance of SMEs: Evidence from Abuja SMEs. *The Asian Institute of Research Journal of Economics and Business*, 4(1), 294–307.
- Amin, M., Sudarwati, & Maryam, S. (2019). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Pasar, Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Di Sentra Industri Mebel Desa Sembungan. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 3(2), 501–510.
- Anshori, A. I. (2014). *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Warung Mikro Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Cilandak)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Arbawa, D. L., & Wardoyo, P. (2018). Keunggulan Bersaing : Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Kendal). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 56–75.
- Aryana, I. N., Wardana, I. M., & Yasa, N. N. K. (2017). Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Sistem Informasi Dan Customer Intimacy Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(4), 1343–1364.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Budiarti, E. (2018). Pengaruh Customer Relationship Management, Kualitas Pelayanan, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran Pasar Rakyat Di Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 190–212.
- Dalimunthe, M. B. (2017). Keunggulan Bersaing Melalui Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 18–31.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.

- Fatmawati, R. A. (2016). Pengaruh Orietasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 351–362.
- Ferdinand, A. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fridiyanto. (2019). *Manajemen Strategik (Konsep Bisnis bagi Lembaga Pendidikan Islam)*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Mutivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunistiyo, & Hanfan, A. (2019). *Manajemen Pemasaran Membangun Kinerja Pemasaran UMKM*. Banyumas: Indonesia Research Society (IRS).
- Hamdi, M. (2019). *Pengaruh Orientasi Pasar Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran UKM Kerajinan Rotan Dan Ketak Desa Beleka Kecamatan Praya Timur*. Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram.
- Handayani, M. M. (2021). Pengaruh Kreativitas Pemasaran dan Promosi Online Terhadap Kinerja Pemasaran Pengrajin Patung Garuda Wisnu Kencana di Desa Pakudui Kabupaten Gianyar. *Akses (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Ngurah Rai)*, 13(1), 62–75.
- Iskandar, A, P. Y., Sani, M., Hamidah, S., & Irawan, R. (2018). Kinerja Pemasaran Pada UKM Mebel di Kabupaten Kuningan. *Jurnal Equilibrium*, 15(1), 64–74.
- Isnati, & Fajriansyah, R. M. (2019). *Manajemen Strategik, Intisari Konsep dan Teori*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Jodi, I. W. G. A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kebijakan Penjualan Terhadap Kinerja Pemasaran Dan Kepuasan Konsumen PT. Wahana Wirawan Nissan. *JAGADHITA: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(2), 22–34.
- Juniariani, N. M. R., Sanjaya, I. K. P. W., & Mariyatni, N. P. S. (2020). Pengelolaan Keuangan, Strategi Pemasaran, Dan Jiwa Kewirausahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing. *BISMA: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 14(2), 125–132.
- Kasmir. (2017). *Customer Services Excellent: Teori dan Praktik*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kumalasari, E. N., & Sugiarto, Y. P. (2016). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Kewirausahaan Terhadap Strategi Pemasaran Dalam Membangun

Kinerja Pemasaran. *Diponegoro Journal of Management*, 5(1), 1–13.

- Lestari, I., & Mursid, M. C. (2022). *Lingkungan Dunia Usaha Di Indonesia*. Tegal: Penerbit Khoirunnisa.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhidin, S. A., & Abdurahman, M. (2017). *Analisis Kolerasi Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Mutholib. (2021). The Effect of Entrepreneurship Orientation, Product Innovation, and Competitive Advantage on Marketing Performance. *International Proceeding of Law and Economic*, 140–146.
- Naninsih, N., Alam, S., & Indriasari, D. P. (2022). Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Digital Marketing. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 479–490.
- Nasir, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Mebel di Kabupaten Pasuruan. *REFERENSI; Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 6(2), 17–23.
- Numat, M., Lukitaningsih, A., & Hutami, L. T. H. (2022). Pengaruh Kreativitas Strategi Pemasaran, Inovasi dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran melalui Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Mediasi pada UMKM Batik di Kota Yogyakarta dalam Masa Pandemi Covid-19. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 1167–1190.
- Nurliza. (2022). *Buku Ajar Manajemen Strategi Bisnis*. Pontianak: Universitas Tanjungpura.
- Oktavinus, Zaid, S., & Yusuf, H. (2019). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran Pengolahan Rumput Laut Di Wakatobi. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 5(2), 211–227.
- Parmitasari, R. D. A., & Syariati, A. (2020). *Manajemen Strategi: Pengantar (Buku Bahan Ujian Komprehensif)*. Gowa: Pusaka Almailda.
- Pattipeilohy, V. R. (2018). Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Usaha Nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*, 7(1), 66–73.
- Pratiwi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk, dan Store Atmosphere Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Usaha Resto Ayam Presto Cabe Hijo Di Kota Stabat. *Jurnal Visioner & Strategis*, 9(1), 26–29.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

- Puspitasari, R. H. U. (2015). Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perusahaan Mebel Jepara. *Prosiding Seminar Nasional Kebangkitan Teknologi*, 135–148.
- Rahim, A. R., & Radjab, E. (2017). *Manajemen Strategi*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT (Teknik Membedah Kasus Bisnis)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnasari, R. T., & Aksa, M. H. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Reza, A. M. D. D. (2021). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing Pada Swalayan Hero Dan Transmart Di Kota Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Ritonga, Z. (2020). *Buku Ajar Manajemen Strategi (Teori Dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rohman, W. F. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing Maskapai Penerbangan (Studi Pada Maskapai Penerbangan Citilink)*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan.
- Rompis, J. E. H., Mananeke, L., & Lintong, D. C. A. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Usaha Kerajinan Kayu Di Kecamatan Tagulandang Kabupaten Sitaro). *Jurnal EMBA*, 10(3), 447–457.
- Rosmayani. (2022). *Kinerja Pemasaran, Implementasi Industri Kecil Berbasis Inovasi*. Cetakan Pertama. Surabaya: Pustaka Aksara.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2018). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumargo, J. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepada Keunggulan Bersaing Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Brand Miracle Aesthetic Clinic Di Surabaya. *Agora*, 9(1), 1–8.
- Suparyanto, R., & Rosad. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: In Media.
- Tanjung, S. S., Derriawan, & Thalib, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Mitra yang Dimoderasi oleh Kepuasan Mitra melalui Kinerja Pemasaran pada Kerja Sama Operasi (KSO) Laundry Medik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(2), 260–274.

- Tjiptono, F. (2019). *Service Management*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (Prinsip & Penerapan)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 31(2), 77–87.
- Valiandri, B. A. (2016). *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Di Rumah Cantik Sehat Muslimah (RCSM) Gedongkuning Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Vijaya, A. P., Moeljadi, & Rahayu, M. (2021). The Effect Of Product Innovation And Service Quality On Competitive Advantage Mediated By Company Image (Study At PT. Toyota Astra Motor In Malang Raya). *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(4), 148–154.
- Wibowo, A. A. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Inovasi Produk, Dan Kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Sentra Batik Kudus, Kudus Jateng). *Jurnal Universitas Safin Pati*, 14–26.
- Wicaksana, S. A., Alqini, A. faisal, & Ambyah, H. (2022). *Transformasi Digital: Perspektif Organisasi, Talenta, dan Budaya Digital*. Riau: CV. Dd Publishing.
- Widjojo, H., Widjaja, S., Poniman, R., Handoko, R., Wibowo, A. I., Hartono, Y., Sari, F. M., & Oktavian, F. (2018). *Sari-Sari Pemasaran & Aplikasinya di Dunia Bisnis. Cetakan Kedua*. Jakarta: Prasetya Mulya Publishing.
- Yamit, Z. (2018). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yatminiwati, M. (2019). *Manajemen Strategi (Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa)*. Lumajang: Widya Gama Press.

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Sdr (i) Pelanggan Jasa Laboratorium Prodia
di –
Tempat

Berkenaan dengan pelaksanaan penelitian yang kami lakukan dalam rangka penyelesaian tugas akhir atau tesis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, dengan judul : Analisis Kreativitas Strategi Pemasaran terhadap *Service Quality* dan Strategi Keunggulan Bersaing Dampaknya terhadap Kinerja Organisasi pada PT Prodia Widyahusada di kota Makassar.

Untuk itu saya sangat mengharapkan kesediaan bapak/ibu/sdr(i) agar bisa membantu saya untuk mengisi kuesioner di bawah ini sebagai data yang dipergunakan dalam penelitian. Keberhasilan penelitian ini akan sangat bergantung pada akurasi dan kelengkapan jawaban bapak/ibu/sdr(i) sehingga saya sangat berharap dan menghargai jawaban yang anda berikan. Keterlibatan yang konstruktif bapak/ibu/sdr(i) dalam penelitian ini, akan memberikan kontribusi yang berharga pada pengembangan ilmu pengetahuan.

Atas kesediaan bapak/ibu/Sdr (i) dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kami ucapkan banyak terima kasih.

Peneliti

HERMIN TIKUMAQDIKA

**TANGGAPAN ANDA MENGENAI KREATIVITAS STRATEGI
PEMASARAN TERHADAP *SERVICE QUALITY* DAN STRATEGI
KEUNGGULAN BERSAING DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA
ORGANISASI PADA PT PRODIA WIDYAHUSADA
DI KOTA MAKASSAR**

IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin
 - ☐ Pria
 - ☐ Wanita
2. Usia responden
 - ☐ Dibawah 30 tahun
 - ☐ 31,1 - 40 tahun
 - ☐ 40,1 - 50 tahun
 - ☐ Diatas 50 tahun
3. Pekerjaan Responden
 - ☐ Wiraswasta/Pengusaha
 - ☐ Ibu Rumah Tangga
 - ☐ PNS
 - ☐ Pensiunan
 - ☐ Mahasiswa/Pelajar
 - ☐ Lain-lain
3. Tingkat Pendidikan Terakhir
 - ☐ SMA
 - ☐ Akademi
 - ☐ Sarjana
 - ☐ Pasca Sarjana
4. Jumlah Kunjungan
 - ☐ Satu kali
 - ☐ Dua kali
 - ☐ Lebih dari dua kali

PENILAIAN ANDA

Mohon anda memberi tanda silang (X) nomor yang disediakan sesuai dengan penilaian anda dalam menilai setiap item pertanyaan.

Sangat Tidak Setuju _____ Sangat Setuju

☐	☐	☐	☐	☐
1	2	3	4	5

Ketentuan :

- Pilih angka 1 jika anda sangat tidak setuju (STS)
- Pilih angka 2 jika anda tidak setuju (TS)
- Pilih angka 3 jika anda cukup setuju (CS)
- Pilih angka 4 jika anda setuju (S)
- Pilih angka 5 jika anda sangat setuju (SS)

No	Daftar Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
KREATIVITAS STRATEGI PEMASARAN (X)						
1.	Jasa Laboratorium klinik Prodia senantiasa menawarkan harga yang bersaing dibandingkan dengan pesaing lainnya					
2.	Kualitas hasil pemeriksaan Laboratorium Prodia akurat dan terpercaya					
3.	Laboratorium Klinik Prodia selalu melakukan inovasi produk seiring dengan perubahan kebutuhan pelanggan dibandingkan dengan jasa laboratorium lainnya					
4.	Jasa Laboratorium Klinik Prodia bergerak cepat dalam mengembangkan produk baru dibandingkan dengan jasa laboratorium lainnya					

No	Daftar Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
SERVICE QUALITY (Z1)						
1.	Jasa Laboratorium klinik Prodia memiliki peralatan dan teknologi terupdate dalam melakukan hasil uji pemeriksaan					
2.	Kemampuan petugas jasa Laboratorium klinik Prodia dalam memberikan informasi hasil pemeriksaan					
3.	Kecepatan Petugas Layanan jasa Laboratorium klinik Prodia dalam menanggapi permintaan/keluhan pelanggan					
4.	Petugas layanan jasa Laboratorium klinik Prodia menjaga kerahasiaan data hasil uji pemeriksaan dan profile pelanggan					
5.	Petugas layanan jasa Laboratorium klinik Prodia senantiasa tepat waktu dalam menyerahkan hasil pemeriksaan laboratorium kepada pelanggan					

No	Daftar Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
KEUNGGULAN BERSAING (Z2)						
1.	Jasa Laboratorium klinik Prodia menyediakan berbagai jenis pemeriksaan sesuai dengan kebutuhan dan kriteria pelanggan					
2.	Harga yang ditetapkan dalam pemeriksaan Laboratorium Prodia dapat terjangkau					
3.	Laboratorium Prodia menggunakan promosi untuk memperkenalkan hasil uji pemeriksaan yang ditawarkan kepada pelanggan/masyarakat					
4.	Pendistribusian jasa hasil pemeriksaan Laboratorium Prodia ke pelanggan sangat cepat					

No	Daftar Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
KINERJA ORGANISASI (Y)						
1.	Jasa Laboratorium klinik Prodia memiliki kinerja yang meningkat setiap tahunnya melalui pertumbuhan penjualan jasa yang dicapai					
2.	Jasa Laboratorium klinik Prodia dikukuhkan sebagai posisi Top Brand Award 2015 yang dipercaya dan dipilih oleh masyarakat dengan adanya pertumbuhan pelanggan.					
3.	Keberhasilan produk hasil pemeriksaan laboratorium dengan menerima sertifikat NGSP dan sejumlah sertifikasi ISO					

Terima Kasih atas Pengisian Kuesioner ini

LAMPIRAN 2 : DATA PROFIL RESPONDEN

No Resp	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Kunjungan
1	2	3	2	1	3
2	2	1	5	1	1
3	2	4	2	3	2
4	2	4	6	3	1
5	1	4	1	3	3
6	2	3	1	2	3
7	1	4	1	3	3
8	2	2	2	1	3
9	1	4	1	3	3
10	2	4	2	1	3
11	2	2	2	2	3
12	1	4	4	3	2
13	2	4	2	1	3
14	1	3	1	3	3
15	2	3	3	4	1
16	2	2	2	3	2
17	2	4	2	1	3
18	1	3	1	3	3
19	2	2	2	4	1
20	2	4	2	3	2
21	1	3	1	3	3
22	2	3	3	4	2
23	2	4	2	3	3
24	2	4	2	3	2
25	2	2	2	3	2
26	1	3	3	3	3
27	2	4	2	2	3
28	1	4	4	2	2
29	2	3	2	4	1
30	1	4	4	2	2
31	2	4	2	4	1
32	1	2	3	4	3
33	2	3	3	3	2
34	1	1	5	1	1
35	2	4	2	4	1
36	1	4	1	4	3
37	1	1	5	1	1
38	2	3	2	3	2
39	1	4	1	4	3
40	2	4	2	1	1
41	1	4	4	2	2
42	2	2	2	1	3

No Resp	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Kunjungan
43	2	3	1	1	1
44	2	2	3	2	2
45	1	4	3	2	2
46	2	4	2	1	1
47	1	4	3	2	1
48	2	3	2	3	2
49	2	4	2	2	3
50	2	3	1	3	3
51	1	4	1	4	3
52	2	3	2	1	3
53	1	2	3	2	3
54	1	3	3	2	3
55	2	4	2	1	1
56	1	4	1	3	3
57	1	2	3	2	3
58	2	4	3	2	3
59	1	2	3	2	3
60	1	4	1	4	3
61	1	1	5	1	1
62	1	1	5	1	2
63	2	4	4	2	2
64	2	2	2	3	3
65	2	4	2	2	3
66	1	2	3	3	3
67	2	3	1	3	2
68	1	4	1	4	3
69	1	3	1	4	2
70	2	2	2	1	3
71	1	1	5	1	1
72	1	4	1	3	3
73	2	4	2	2	3
74	1	4	3	2	2
75	2	4	2	1	2
76	2	1	5	1	1
77	1	3	1	4	2
78	1	3	1	4	2
79	2	3	2	1	3
80	2	3	1	2	3
81	1	3	3	3	3
82	2	3	1	2	3
83	1	3	1	4	3
84	1	2	3	2	3
85	2	3	2	1	3
86	2	4	2	2	3

No Resp	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir	Jumlah Kunjungan
87	2	4	4	2	3
88	2	3	1	3	1
89	1	4	1	3	3
90	1	2	3	2	3
91	1	3	3	3	3
92	1	2	3	2	2
93	2	3	2	2	3
94	2	4	4	3	1
95	1	3	3	3	3
96	2	4	6	1	2
97	2	2	2	1	3
98	2	4	2	2	3
99	1	4	4	3	2
100	1	3	3	3	3

LAMPIRAN 3 : REKAP JAWABAN RESPONDEN

No Resp	Kreatifitas strategi pemasaran					X	Service Quality					Z 1	Keunggulan Bersaing				Z	Kinerja Organisasi			Y
	X 1	X 2	X 3	X 4	Z1.1		Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	Z2.1		Z2.2	Z2.3	Z2.4	Y.1		Y.2	Y.3		
1	4	5	5	4	4	4,25	5	5	5	5	5	5,00	4	4	5	4	4,25	4	5	4	4,33
2	2	4	4	3	3	3,00	3	4	3	4	4	3,60	4	4	3	4	3,75	4	4	4	4,00
3	4	4	5	4	5	4,50	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	4	5	5	4,67
4	4	5	4	5	4	4,50	5	5	5	5	5	5,00	5	4	4	5	4,50	4	5	5	4,67
5	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5,00	4	4	5	5	4,50	5	5	5	5,00
6	5	5	5	3	3	4,00	5	4	4	4	4	4,20	5	5	4	4	4,50	4	5	5	4,67
7	5	5	5	5	5	5,00	4	4	5	5	5	4,60	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
8	5	5	5	3	5	4,50	4	4	5	5	4	4,40	4	5	5	5	4,75	4	4	4	4,00
9	4	4	5	3	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	5	5	5	4,75	4	4	5	4,33
10	4	4	5	4	4	4,25	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	4	4	5	4,33
11	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33
12	3	5	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00	4	5	5	4,67
13	4	4	5	4	4	4,25	5	5	5	5	5	5,00	4	5	5	5	4,75	4	4	5	4,33
14	4	4	5	5	5	4,75	5	5	5	4	4	4,60	5	5	5	5	5,00	4	5	5	4,67
15	1	5	3	3	3	3,00	3	4	4	4	4	3,80	4	1	4	4	3,25	3	4	3	3,33
16	3	4	4	4	3	3,50	4	3	4	3	3	3,40	3	3	4	4	3,50	3	4	4	3,67
17	4	4	5	4	4	4,25	5	5	5	5	5	5,00	4	4	5	5	4,50	4	5	5	4,67
18	3	4	3	4	3	3,50	4	4	5	4	5	4,40	5	3	5	3	4,00	4	5	4	4,33
19	3	5	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4,25	4	5	4	4,33
20	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33
21	4	5	4	4	5	4,50	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33
22	3	5	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	5	3	5	4	4,25	3	5	5	4,33
23	4	5	4	4	4	4,25	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
24	3	4	4	4	4	3,75	4	5	5	5	5	4,80	4	3	4	4	4,00	4	4	5	4,33
25	4	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
26	5	5	5	5	5	5,00	5	4	4	4	4	4,20	5	4	4	4	4,25	5	5	5	5,00
27	5	4	5	4	4	4,50	4	5	4	4	5	4,40	4	4	5	5	4,50	5	5	4	4,67
28	5	5	5	5	5	5,00	4	5	4	4	4	4,20	5	4	5	5	4,75	3	5	5	4,33
29	3	5	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5,00	5	3	5	5	4,50	4	5	5	4,67
30	5	5	5	5	5	5,00	4	5	4	5	5	4,60	4	5	4	3	4,00	3	4	5	4,00
31	3	4	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4,00	4	3	4	4	3,75	4	4	4	4,00
32	5	5	5	5	5	5,00	5	5	4	5	4	4,60	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
33	2	5	3	3	3	3,50	4	4	4	4	4	4,00	2	2	4	4	3,00	3	4	4	3,67
34	1	2	2	2	3	2,00	4	4	4	4	4	4,00	4	1	4	4	3,25	3	4	3	3,33
35	2	5	4	4	4	3,75	5	4	4	4	5	4,40	4	2	4	4	3,50	3	4	4	3,67
36	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	4	5	5	4,67
37	2	3	3	3	3	2,75	4	4	4	5	5	4,40	5	4	5	4	4,50	4	4	5	4,33
38	3	4	4	4	4	3,75	5	5	5	5	5	5,00	4	3	4	4	3,75	3	4	4	3,67
39	4	5	4	5	4	4,50	5	4	4	5	5	4,60	5	5	5	5	5,00	4	5	5	4,67
40	4	5	4	4	4	4,25	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33
41	2	5	3	3	3	3,25	5	5	5	5	5	5,00	4	5	5	5	4,75	5	5	5	5,00
42	4	5	4	4	3	4,00	3	3	4	3	4	3,40	5	4	3	4	4,00	3	4	4	3,67
43	4	4	4	4	4	4,00	5	4	4	5	5	4,60	4	4	5	5	4,50	4	5	5	4,67
44	3	5	4	4	3	3,75	4	4	4	4	4	4,00	5	3	4	4	4,00	4	5	4	4,33
45	2	5	5	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33
46	3	4	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4,00	4	3	4	4	3,75	4	4	5	4,33
47	4	4	4	4	5	4,25	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00	4	4	5	4,33
48	3	4	4	4	4	3,75	5	5	5	5	5	5,00	4	3	4	4	3,75	5	5	5	5,00
49	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	4	5	4,80	4	4	5	5	4,50	4	5	5	4,67
50	4	5	4	5	5	4,50	5	4	5	5	5	4,60	5	4	5	5	4,75	5	5	5	5,00
51	5	5	5	5	5	5,00	4	5	4	5	5	4,60	4	3	4	4	3,75	4	5	5	4,67
52	5	5	5	4	4	4,50	4	5	5	5	5	4,80	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
53	3	5	5	5	5	4,50	5	4	5	3	5	4,40	4	4	4	4	4,00	4	5	5	4,67
54	2	5	3	3	3	3,25	4	4	3	4	5	4,00	3	3	3	3	3,25	4	5	5	4,67
55	2	3	3	3	3	2,75	2	2	2	4	4	2,80	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
56	5	5	5	5	5	5,00	5	4	5	5	5	4,80	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
57	5	5	5	5	5	5,00	4	4	3	4	5	4,00	5	4	5	4	4,50	4	5	4	4,33
58	5	5	5	5	5	5,00	4	5	5	5	5	4,80	4	5	5	5	4,75	5	5	5	5,00
59	2	5	4	4	4	3,75	4	4	4	4	4	4,00	5	3	4	5	4,25	4	5	4	4,33
60	5	5	5	5	5	5,00	5	4	4	4	5	4,40	4	4	4	4	4,00	4	5	5	4,67
61	5	4	4	4	5	4,50	5	5	5	4	4	4,60	5	4	5	4	4,50	5	5	5	5,00
62	3	5	4	5	4	4,25	5	3	4	5	4	4,20	3	2	4	4	3,25	3	5	5	4,33
63	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33
64	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
65	4	5	4	4	5	4,50	4	5	5	5	4	4,60	4	5	5	5	4,75	4	5	5	4,67
66	4	5	5	5	4	4,50	3	5	4	5	2	3,80	5	2	5	4	4,00	4	5	4	4,33
67	4	5	3	3	3	3,75	5	4	4	5	4	4,40	4	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33
68	4	5	4	4	4	4,25	5	5	5	5	5	5,00	4	4	5	4	4,25	5	4	5	4,67
69	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4	4	4,00	5	4	5	5	4,75	4	5	5	4,67
70	4	4	3	3	3	3,50	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33
71	5	5	5	5	5	5,00</															

LAMPIRAN 4 : FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

	Statistics				
	Valid	N Missing	Mean	Std. Deviation	Sum
Jenis kelamin	100	0	1.5500	.50000	155.00
Usia	100	0	3.1200	.94580	312.00
Pekerjaan	100	0	2.4200	1.25674	242.00
Tkt Pendidikan	100	0	2.4000	1.02494	240.00
Jumlah kunjungan	100	0	2.3600	.78522	236.00
X.1	100	0	3.7500	1.10440	375.00
X.2	100	0	4.6500	.64157	465.00
X.3	100	0	4.0700	.75552	407.00
X.4	100	0	4.2000	.72474	420.00
Z1.1	100	0	4.3200	.67987	432.00
Z1.2	100	0	4.2700	.75015	427.00
Z1.3	100	0	4.2900	.67112	429.00
Z1.4	100	0	4.4000	.65134	440.00
Z1.5	100	0	4.4500	.59246	445.00
Z2.1	100	0	4.2900	.62434	429.00
Z2.2	100	0	3.8500	.98857	385.00
Z2.3	100	0	4.3700	.63014	437.00
Z.2.4	100	0	4.3500	.55732	435.00
Y.1	100	0	4.0900	.62109	409.00
Y.2	100	0	4.5400	.53973	454.00
Y.3	100	0	4.6200	.56461	462.00

Jenis kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	45	45.0	45.0	45.0
	Wanita	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 30 tahun	7	7.0	7.0	7.0
	31.1-40 tahun	18	18.0	18.0	25.0
	40.1-50 tahun	31	31.0	31.0	56.0
	> 50 tahun	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wiraswasta/Pengusaha	25	25.0	25.0	25.0
	Ibu Rumah tangga	36	36.0	36.0	61.0
	PNS	22	22.0	22.0	83.0
	Pensiunan	8	8.0	8.0	91.0
	Mahasiswa/Pelajar	7	7.0	7.0	98.0
	Lain Lain	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tkt Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	24	24.0	24.0	24.0
	Akademi	28	28.0	28.0	52.0
	Sarjana	32	32.0	32.0	84.0
	Pasca Sarjana	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jumlah kunjungan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Satu Kali	19	19.0	19.0	19.0
	Dua Kali	26	26.0	26.0	45.0
	Lebih dari Dua Kali	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	13	13.0	13.0	16.0
	CS	19	19.0	19.0	35.0
	S	36	36.0	36.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	CS	6	6.0	6.0	7.0
	S	20	20.0	20.0	27.0
	SS	73	73.0	73.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	CS	22	22.0	22.0	23.0
	S	46	46.0	46.0	69.0
	SS	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	18	18.0	18.0	18.0
	S	44	44.0	44.0	62.0
	SS	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	CS	9	9.0	9.0	10.0
	S	47	47.0	47.0	57.0
	SS	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	CS	6	6.0	6.0	10.0
	S	49	49.0	49.0	59.0
	SS	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	CS	6	6.0	6.0	8.0
	S	53	53.0	53.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	CS	6	6.0	6.0	7.0
	S	45	45.0	45.0	52.0
	SS	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	CS	2	2.0	2.0	3.0
	S	48	48.0	48.0	51.0
	SS	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	CS	6	6.0	6.0	7.0
	S	56	56.0	56.0	63.0
	SS	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	6	6.0	6.0	9.0
	CS	21	21.0	21.0	30.0
	S	43	43.0	43.0	73.0
	SS	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	8	8.0	8.0	8.0
	S	47	47.0	47.0	55.0
	SS	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z.2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	4	4.0	4.0	4.0
	S	57	57.0	57.0	61.0
	SS	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	15	15.0	15.0	15.0
	S	61	61.0	61.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	2	2.0	2.0	2.0
	S	42	42.0	42.0	44.0
	SS	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	4	4.0	4.0	4.0
	S	30	30.0	30.0	34.0
	SS	66	66.0	66.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5 : Uji Pretest Kuesioner

5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Kreativitas Strategi Pemasaran

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.809	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X.1	12.8000	2.717	.744	.712
X.2	12.1333	3.982	.563	.789
X.3	12.6333	4.102	.560	.791
X.4	12.5333	3.913	.709	.734

5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Service Quality

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.905	5

Item-Total Statistics				Cronbach's Alpha if Item Deleted
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	
Z1.1	17.8333	4.144	.629	.914
Z1.2	17.7333	3.995	.777	.881
Z1.3	17.7333	3.995	.777	.881
Z1.4	17.7667	3.909	.830	.870
Z1.5	17.7333	3.926	.814	.874

5.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Keunggulan Bersaing

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.600	4

Item-Total Statistics				Cronbach's Alpha if Item Deleted
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	
Z2.1	13.0333	2.516	.338	.563
Z2.2	13.3000	1.803	.309	.644
Z2.3	12.9000	2.231	.504	.456
Z2.4	12.9667	2.171	.465	.472

5.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja Organisasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.757	3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	8.9667	1.275	.676	.584
Y.2	8.6000	1.007	.689	.548
Y.3	8.3667	1.482	.429	.838

Lampiran 6 : Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				Unstandardized Residual
N				100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean			.0000000
	Std. Deviation			.27814684
Most Extreme Differences	Absolute			.084
	Positive			.080
	Negative			-.084
Test Statistic				.084
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c				.080
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.			.080
	99% Confidence Interval	Lower Bound		.073
		Upper Bound		.087

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 403768731.

Lampiran 7 : Analisis regresi dan korelasi (Sub struktur 1)

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kreativitas Strategi Pemasaran ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Service Quality

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.415 ^a	.172	.164	.47850

a. Predictors: (Constant), Kreativitas Strategi Pemasaran

b. Dependent Variable: Service Quality

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.670	1	4.670	20.396	.000 ^b
	Residual	22.438	98	.229		
	Total	27.108	99			

a. Dependent Variable: Service Quality

b. Predictors: (Constant), Kreativitas Strategi Pemasaran

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.915	.320		9.100	.000
	Kreativitas Strategi Pemasaran	.343	.076	.415	4.516	.000

a. Dependent Variable: Service Quality

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.6020	4.6318	4.3460	.21719	100
Residual	-1.20268	.96895	.00000	.47608	100
Std. Predicted Value	-3.426	1.316	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.513	2.025	.000	.995	100

a. Dependent Variable: Service Quality

Lampiran 8 : Analisis regresi dan korelasi (sub struktur 2)**Variables Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kreativitas Strategi Pemasaran ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.568 ^a	.322	.315	.43118

a. Predictors: (Constant), Kreativitas Strategi Pemasaran

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.658	1	8.658	46.569	.000 ^b
	Residual	18.220	98	.186		
	Total	26.878	99			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Kreativitas Strategi Pemasaran

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.267	.289		7.854	.000
	Kreativitas Strategi Pemasaran	.467	.068	.568	6.824	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.2019	4.6041	4.2150	.29573	100
Residual	-1.00356	.98014	.00000	.42899	100
Std. Predicted Value	-3.426	1.316	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.327	2.273	.000	.995	100

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Lampiran 9 : Analisis Regresi dan Korelasi (Sub struktur 3)**Variables Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keunggulan Bersaing , Service Quality , Kreativitas Strategi Pemasaran ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kinerja Organisasi

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	.606	.593	.28246

a. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing , Service Quality , Kreativitas Strategi Pemasaran

b. Dependent Variable: Kinerja Organisasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.757	3	3.919	49.122	.000 ^b
	Residual	7.659	96	.080		
	Total	19.417	99			

a. Dependent Variable: Kinerja Organisasi

b. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing , Service Quality , Kreativitas Strategi Pemasaran

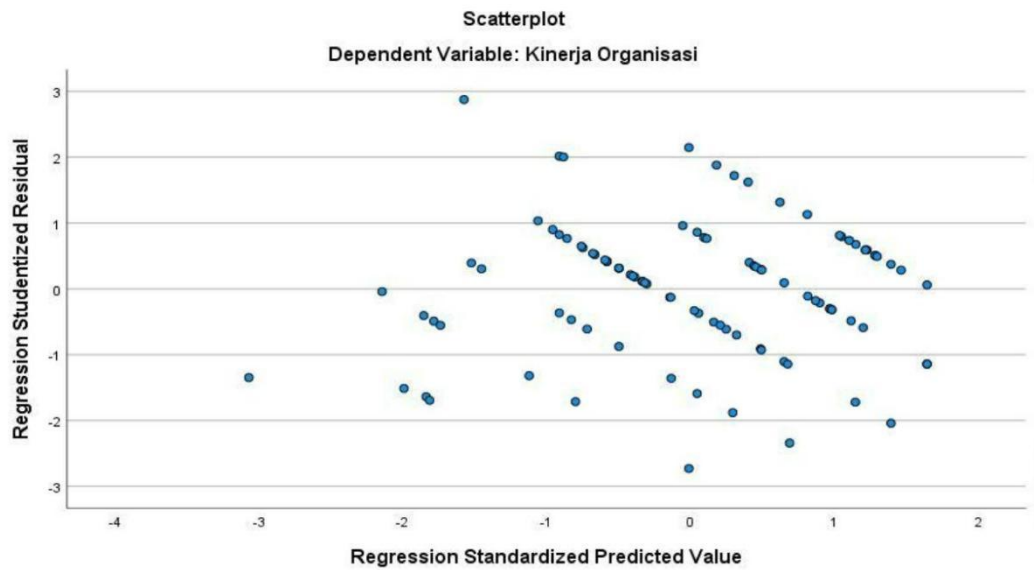
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.150	.271		4.235	.000
	Kreativitas Strategi Pemasaran	.115	.055	.164	2.084	.040
	Service Quality	.311	.065	.367	4.771	.000
	Keunggulan Bersaing	.341	.072	.401	4.724	.000

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.3590	4.9834	4.4167	.34462	100
Std. Predicted Value	-3.069	1.644	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.030	.104	.054	.016	100
Adjusted Predicted Value	3.4045	4.9959	4.4181	.34224	100
Residual	-.74639	.79224	.00000	.27815	100
Std. Residual	-2.642	2.805	.000	.985	100
Stud. Residual	-2.730	2.877	-.002	1.010	100
Deleted Residual	-.79664	.83332	-.00140	.29253	100
Stud. Deleted Residual	-2.828	2.993	-.003	1.023	100
Mahal. Distance	.159	12.494	2.970	2.341	100
Cook's Distance	.000	.125	.013	.023	100
Centered Leverage Value	.002	.126	.030	.024	100

a. Dependent Variable: Kinerja Organisasi

Charts



LAMPIRAN 10 : UJI SOBEL TEST SECARA ONLINE PENGARUH KREATIFITAS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA ORGANISASI MELALUI SERVICE QUALITY

Input:		Test statistic:	Std. Error:	p-value:
a	0.415	Sobel test: 3.92515939	0.03880225	0.00008667
b	0.367	Aroian test: 3.89373066	0.03911544	0.00009871
s _a	0.076	Goodman test: 3.95736166	0.0384865	0.00007578
s _b	0.065	Reset all	Calculate	

LAMPIRAN 11 : UJI SOBEL TEST SECARA ONLINE PENGARUH
KREATIFITAS STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KINERJA
ORGANISASI MELALUI STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING

Input:		Test statistic:	Std. Error:	<i>p</i> -value:
<i>a</i>	0.568	Sobel test:	4.63384869	0.04915309
<i>b</i>	0.401	Aroian test:	4.61103078	0.04939633
<i>s_a</i>	0.068	Goodman test:	4.65700874	0.04890865
<i>s_b</i>	0.072	Reset all	Calculate	