

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Jakarta, Salemba Empat
- Achmad, B., Djaslim S. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Adam, M. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesatu. Bandung, Alfabeta.
- Afandi, P. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator)*. Riau: Zanafa Publishing.
- Arbawa, L D dan Paulus W. 2018. Keunggulan Bersaing: Berpengaruh Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada UMKM Makanan Dan Minuman di Kabupaten Kendal). *Jurnal Universitas Semarang*.
- Aryana, Nengah I, I Made W, dan Ni Nyoman K. Y. 2017. Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Sistem Informasi Customer Intimacy Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Pada Industri Perhotelan di Bali). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*.
- Astuti, T. Rahmawati A. 2016. Analisis Pengaruh Pengembangan Layanan Baru, Orientasi Pembelajaran dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pemasaran Produk Telepon dan Internet di PT. Telkom Jawa Tengah & DIY). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume XV No.1*.
- Bahrul K. 2015. Mengukur Kinerja Dan Kepuasan Konsumen : *Service Performance and Costumer Satisfacttion Measurement*, Edisi Revisi, Bandung, Pustaka Reka Cipta.
- Aji, P. 2015. *Manajemen Strategi Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta, Ekuilibria.
- Andri Moh. N. 2017. Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Hotel Sumber Alam Cipanas Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi Andri Mohamad Nuroni, et. al.* Vol. 16; No. 02; Tahun 2017 Halaman 054-059
- Andiyanto, S., A. Sutrisno, dan C. Punuhsingon. 2017. Penerapan Metode FMEA (Failure Mode And Effect Analysis) Untuk Kuantifikasi Dan Pencegahan Resiko Akibat Terjadinya Lean Waste. 6:45–57
- Anshori, Y. 2014. *Manajemen Strategi Hotel*. Surabaya. Putra Media Nusantara, Surabaya.
- Antonius, Ong & Sugiharto, S, 2013. Analisa Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Station Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra, Surabaya*.

- Anthony A. A. 2018. *Relationship Between Product Differentiation Strategies and Organizational Performance in Sameer Africa Kenya Limited* (Hubungan Antara Strategi Diferensiasi Produk dan Kinerja Organisasi di Afrika Yang Sama Kenya Limited. *British Journal of Marketing Studies* Vol.6, No.3, pp. 60-72, June 2018. *Published by European Centre for Research Training and Development UK* (www.eajournals.org)
- Bayu Hendrawan Suroso, Sri Setyo Iriani, 2014, Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli Mie Sedaap Cup, *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 2 Nomor 4 Oktober 2014.
- Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P Rajan, dan Fahy, J. 1993, "Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Proposition", *Journal of Marketing*, October, Vol.57, Iss. 4, pg. 83, 17 pgs
- Buchari A. 2018. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Cahyono, K dan Bambang S. 2016. Pengaruh Pemberian Kredit, Kemampuan Manajerial, dan Diferensiasi Produk Terhadap Kinerja UMKM di Kota Metro. *Jurnal* Vol. 10 No. 1.
- Cynthia V. D, Hendra N. T. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Home Vol.2 No.3 (2014) Hal. 1214-1224, ISSN 2303-1174
- Daryanto. 2016. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung, Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Delgado, E. and Munuera, J.L. 2001, *Brand Trust in The Context of Consumer Loyalty*, *European Journal of Marketing*, Vol. 35, No. 11/12, pp.1238-1258.
- Detika Y. P, et.al 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Promosie-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *JIMP* Vol 1 (1) (Maret 2021) hal: 27–39 e-ISSN XXXX-XXXX p-ISSN 2774-9525 e-jurnal : <http://journal.univ pancasila. ac.id/index.php/JIM>
- Dewi, Tribuana S. 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Studi Pada Industri batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan. *Published Tesis S2*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Dirgantoro, C. 2016. *Manajemen Strategik Konsep, Kasus, dan Implementasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia
- Droge, C, and Vickery, S. 1994. "Source and Outcomes of Competitive Advantage : An Explanatory Study in the Furniture Industry". *Decision Sciences*. p.669-689

- Ekawati, N. W., Rahyuda, I. K., Yasa, K. N. N., dan Sukaatmadja, I. P. G. 2016. Implementation of Ecoprenership and Green Innovation in Building Competitive Advantage to Generate Success of New Spa Products in Bali. *International Bussiness Management*, 10(14): 2660-2669.
- Ela W, Indri M, 2019 Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran IKM Kopi di Kabupaten Temanggung. Peningkatan Keunggulan Bersaing Melalui Diferensiasi Produk dan Diferensiasi Citra Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran IKM Kopi di Kabupaten Temanggung
- Endah B. 2014. Pengaruh Customer Relationship Management, Kualitas Pelayanan, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing dan Dampaknya pada Kinerja Pemasaran Pasar Rakyat Diprovinsi Jawa Timur. Seminar Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat “ Hasil Riset dan Pengabdian Masyarakat Sebagai Inovasi Menuju Persaingan Global” ISBN : 978-602-53170-2-6.
- Fahmi, I. 2013. *Manajemen Strategis, Teori dan Aplikasi*. Cetakan Kesatu. Bandung, Alfabeta.
- , 2017. *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Fauziyah I, et.al 2017. Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Minimarket Alkhaibar). e–Jurnal Riset Manajemen Prodi manajemen Fakultas Ekonomi Unisma website : www.fe.unisma.ac.id (email e.feunisma @ gmail.com)
- Ferdinand A 2011. *Manajemen Pemasaran: “Sebuah Pendekatan Strategic”, Research Paper Series*, Semarang, Progam Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Follet, M. P. 2007. *Manajemen*. Jakarta: Indeks
- Ginting, N E. H, 2011, *Manajemen Pemasaran*, cetakan pertama, Bandung: Yrama Widya.
- Griffin, J, 2013, *Customer Loyalty*, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan, Jakarta, Erlangga
- Gita S. 2016. Analisis Kinerja Pemasasaran Usaha Kecil Menengah Batik Di Provinsi Jawa Tengah. ISBN: 978-979-3649-96-2.
- Hendra F. 2013. Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terha-dap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca. *Jurnal iset Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi* Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 273-283. ISSN 2303-1174

- Hendro Y. S. Y, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko King di Malang. JEM17. Jurnal Ekonomi Manajemen, Hal 331-346 331 Volume 2, Nomor 1, Mei 2017. Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
- Hendri H. 2018 Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Kualitas Pelayanan pada PT Putra Usaha Mandiri Kota Batam. Home > Archives, Vol.3, No.1. Jurnal Akuntansi Barelang. E-ISSN:2580-5118. P-ISSN : 2548-1827
- Heng, L. 2018. Studi Mengenai Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Diferensiasi Produk dan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil, Mikro dan Menengah Kreatif di Kota Pontianak. Jurnal STIE Widya Dharma Pontianak.
- Hunger, J. D dan W, T. L. 2013. Manajemen Strategis. Yogyakarta, Andi.
- Hsin, Hui (Sunny) Hu, et,al 2009. *Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction, and image: an empirical study* (Hubungan dan dampak kualitas layanan, nilai yang dirasakan, kepuasan pelanggan, dan citra: studi empiris) The service industries Journal, Vol.29, 2009, Issue 2
- Istanto Y, 2010. Pengaruh Strategi Keunggulan Bersaing Positioning Terhadap Kinerja (Survei Pada Koperasi Serba Usaha di Kabupaten Sleman Yogyakarta). Buletin Ekonomi Vol. 8, No. 2, (Agustus) hal 70-170.
- Kotler, P. and Kevin L. K 2018. *Marketing Managemet*. Edisi 16 Global Edition. Pearson.
- Kotler, P dan Gary A. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kasmir. 2014. Manajemen Perbankan, Edisi Revisi. Jakarta Raja Grafindo Persada.
- Limakrisna N dan Togi P. P, 2018 Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis di Indonesia, edisi ketiga, Penerbit : Mitra Wacana Media, Group, Jakarta
- Liwe. F. 2013. Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado. Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 2107-2116 ISSN 2303-117
- Lupiyoadi, R dan Hamdani. A. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta, Salemba Empat.
- Loredah P. N, et.al 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang) Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science Tahun 2016, Hal. 1-11 <http://ejournal-undip.ac.id/index.php>.

- Pardi, S., Suyadi, I., dan Arifin, Z. 2014. *The Effect of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation toward Learning Orientation, Innovation, Competitive Advantages and Marketing Performance. European Journal of Business and Management*, 6(21): 69-81
- Permadi, MF, 2011 "Pengembangan Konsep Kinerja Pasar", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 13 (3) : 70-79.
- Pramono.S..dan Waridin. 2016. Pengaruh Faktor Orientasi Pasar. Promosi dan Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran Kredit (Studi Kasus Pada Bank BRI Wilayah Jawa Tengah). *Ekobis. Vol.7. No.1. Januari. 33-40.*
- Madura, Jeff., dan Fox, R. 2011. *International Financial Management. Boston: Cengage Learning.*
- Manaf. A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, Jakarta, Mitra Wacana Media.
- Ma'ruf. A. 2015. *Manajemen Komunikasi Korporasi*. Yogyakarta: Asv Pressindo.
- Maslucha N. dan Sanaji. 2013. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Inovasi. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 1 Nomor 4 Juli.*
- Menon, Ajay, Bernard J. Jaworski, and Ajay K. Kohli, 1997, "Product Quality: Impact of Interdepartmental Interactions", *Journal of the Academy of Marketing Science* 25 (3) : 187 –200
- Michael E. P. 2014. *Competitive Advantage (Keunggulan Bersaing) : Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. Tangerang, Kharisma Publishing
- Modding, Basri. 2012. *Pemasaran Strategik*, Cetakan Pertama, Penerbit : PT Umihoha Ukhuwah Grafika, Makassar.
- Muhammad, S. 2013. *Manajemen Strategik Konsep dan Alat Analisis*. Edisi Kelima. Yogyakarta, UPP STIM YKPN.
- Moenir. 2015, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Jakarta, Bumi Aksara
- Nicky H. R. T 2015 Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada PT.Telkomsel Grapari Manado) *Jurnal EMBA Vol.3 No.4 Desember 2015*, Hal. 68-81. SSN 2303-1174
- Nurlina, N. R., Suprpta, N., & Sutjipta, N. 2013. *Environment Internal External Environment and The Soul of Entrepreneurship Secret as a Differentiation Strategy Basis and Their Effect on Competitive a Advantage Micro Business Ornamental Plants in The City of Denpasar. Jurnal Manajemen Agribisnis*, 1(2), 1–15

- Nuri M. Ai, dan Sri R. Tri A. 2016 Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online Shopastelle, Semarang) Diponegoro journal of management Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016, Halaman1-11<http://ejournal-undip.ac.id/index.php/dbri>ISSN (Online): 2337-3792.
- Noer B. N. 2013. Pengaruh Antara Penggunaan Teknologi Informasi, Implementasi Strategi Diferensiasi, dan Kualitas Layanan Dalam Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Rumah Sakit Haji Makassar. Jurnal MKMI, September 2013, hal 184-189.
- Omega W. W. 2019 Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Bank Central Asia, Tbk. Kantor Cabang Utama Manado. Jurnal EMBA Vol.5 No.3 September 2017, Hal. 3845-3854.
- Priansa, J. D. 2017. Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Cetakan Kesatu. Bandung, Penerbit : Alfabeta.
- Purnomo, D. Serfianto, Cita Yustisia Serfiyani, dan Iswi Hariyani. Sukses Bisnis Ritel Modern. PT. Elex Media Komputindo.
- Raharjo, D. N. 2007. Analisis Pengaruh Variabel-Variabel yang Berkaitan dengan Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Dalam Memenangkan Keunggulan Bersaing (Studi Empiris : Pada Pengembang Properti Se Propinsi Jawa Tengah). Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume VI No. 1.
- Ratna P. 2015 Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Hotel Resty Menara Pekanbaru) JOM FISIP Volume 2 No 2 Oktober 2015
- Ramadhan, Fajar Isfan. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Diferensiasi Produk, dan Citra Perusahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Supermarket dan Swalayan Kemantran Kabupaten Tegal. Jurnal Universitas Pancasakti Tegal.
- Ramadhani D. Suci dan Lita R. P. (tt). 2016. Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing(Studi Kasus Pada Konsumen Damarindo Digital Printing di Padang).
- Rachmat, 2014. Manajemen Strategik, Bandung. Pustaka Setia.
- Ratnasari, T. R dan Mastuti H. A. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa. Cetakan Kedua. Bogor Ghalia Indonesia.
- Ricky, Winny, Thomas Sumarsan Goh, dan Wily Julitawaty. 2019. Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Penjualan PT. Amorindo Mitra Sentosa Medan. Jurnal Bisnis Kolega Vol. 5 No. 1.

- Rinandiyana R. L. 2016. Strategi Untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing Melalui Pengembangan, Desain, Dan Kualitas Produk (Kasus Pada Industri Pakaian Muslim Di Kota Tasikmalaya). Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi Jurnal Ekonomi Manajemen. Volume 2 Nomor 2 (November 2016) 105-113 <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem> ISSN 2477-2275. Diakses pada tanggal 28 Oktober 2018, 21:42:55
- Saiman, L. 2015. Kewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-Kasus. Jakarta: Salemba Empat
- Saladin, D. dan Herry A. B, 2016, Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi, dan Tanya Jawab, Bandung: Linda Karya.
- Schiffman, L dan Kanuk, L. L. 2014. Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks
- Sedarmayanti. 2014. *Manajemen Strategi*. Cetakan Kesatu. Bandung, Refika Aditama.
- Sekaran, U. dan Roger B. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Edisi 6 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Sensi T. D. 2006. Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik di Kota dan Kabupaten Pekalongan). Tesis Universitas Diponegoro Semarang
- Simamora. H. 2013. Paduan Perilaku Konsumen, Jakarta: Gramedia
- Sudarso, A. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara). Yogyakarta: Deepublish.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta, Andi Offset.
- Sujarweni, W. V. 2016. *Kupas Tuntas Penelitian Akuntansi dengan SPSS*. Edisi Lengkap. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang, 2013, Perilaku Konsumen, Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- , 2015. Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*): Konsep Bersaing melalui Kualitas Sumber Daya Manusia. Cetakan Pertama, Penerbit : CAPS, Yogyakarta.
- Suroso, I. 2007. Konsep Teori dan Teknik Menganalisa Kinerja Pemasaran. Yogyakarta : Center for Society Studies.
- Suparyanto, RW dan Rosad. 2015. Manajemen Pemasaran, Dilengkapi 45 Judul Penelitian & Kasus Sehari-hari di Indonesia. Bogor In Media.

- Stephen T. and Jiatao L. 2017. *Effects of International Diversity and Product Diversity on the Performance of Multinational Firms* (Pengaruh Keragaman Internasional dan Keragaman Produk pada Kinerja Perusahaan Multinasional) *Academy of Management Journal* Vol.1 No.39 s₁ Notes. Published Online:30 Nov 2017 [https:// doi. org/10.5465/25663](https://doi.org/10.5465/25663)
- Siti K. 2017. Pengaruh Keragaman Produk dan Pelayanan Terhadap Lyalitas Konsumen pada “Barokah Mini Market Gunung Terang di Kabupaten Oku Timur”. *Jurnal Ekonomi dan Sosial STIE Trisna Negara Oku Timur Sumatra Selatan Home* Vol.15, No.1 (2017) Khoiriah. P-ISSN 1693-1688 e-ISSN 2723-1690.
- Siti J. 2019 Pengaruh keberagaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian(studi pada mandiri mart kud Karya Bersama Kecamatan Batang Cenaku Kabupaten Indragiri Hulu) *JOM FISIP* Vol. 6: Edisi II Juli –Desember 2019
- Styagraha,1994 *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*,Erlangga.
- Syarief, A. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan (Airqual) Terhadap Kinerja dan Keunggulan Bersaing pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. Yogyakarta. *Jurnal Universitas Islam Indonesia, Fakultas Ekonomi*.
- Tampi, N. 2015. Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Diferensiasi Layanan dan Diferensiasi Citra Terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Pada PT. Telkomsel Grapari Manado). *Jurnal EMBA*, ISSN: 2303-1174, 3(4), 68–81.
- Terry, G, R. dan Leslie W. R. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen*, Penerjemah G.A Ticoalu. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Theodorus, R. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Konsumen terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada PT Kereta Api Indonesia Persero Kelas Argo Parahyangan). Undergraduate thesis, Universitas Kristen Maranatha.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa*, edisi pertama, cetakan kesepuluh, Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono F, 2015, *Strategi Pemasaran*, edisi keempat, Yogyakarta, Andi
- Tjiptono F dan Gregorius C, 2020. *Pemasaran Strategik Domain, Determinan, Dinamika*, edisi kedua puluh, Yogyakarta, Andi
- Udaya, J., dkk. 2016. *Manajemen Stratejik*. Yogyakarta, Graha Ilmu.
- Utami, C W.. 2017. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Ritel Modern)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Vanessa, D. C., & Hendra, N. T. 2014. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1214–1224.

- Vivian. A, and Waloejo. H. D. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. JIAB Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Home> Vol.8. No.2 (2019)
- Wachjuni. 2014. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Pemasaran Dalam Upaya Mencapai Keunggulan Bersaing. Jurnal Ekonomi dan Teknik Informatika. 2 (1):1-23.
- Widjojo, H, Suherman W, Robby P, Rudy H, Alexander I. W, Yudho H, Farah M. S, dan F. O. 2018. Sari-Sari Pemasaran dan Aplikasinya di Dunia Bisnis. Cetakan Kedua, Jakarta, Prasetiya Mulya Publishing
- Wilar, O. W., Worang, F. G., & Soepeno, D. 2017. Analisis Strategi Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Utama Manado. EMBA 2, 5(3)
- Yamit, Z. 2014. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Yogyakarta Ekonesia
- Yunus, E 2016. *Manajemen Strategis*. Edisi Pertama. Yogyakarta, Andi
- Zunita R. 2018 dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship Volume 1 Nomor 2, Agustus 2018; 19-29. e-ISSN: 2621-153X

KEPADA YTH. PELANGGAN SWALAYAN HERO DAN TRANSMART**DI –
MAKASSAR**

Sehubungan dengan pelaksanaan penelitian yang kami lakukan dalam rangka penyelesaian studi pada Program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, dengan judul : **PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING PADA SWALAYAN HERO DAN TRANSMART DI KOTA MAKASSAR**

Dibawah ini terdapat daftar pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan keragaman produk dan kualitas layanan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing, dimana didalamnya butuh tanggapan dari anda. Daftar pernyataan tersebut kami mohon agar diberikan penilaian mulai dari yang sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju

Besar harapan saya, anda sebagai responden mengisi kuesioner ini dengan baik dan benar sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Tujuan penelitian ini semata-mata untuk studi, sehingga dengan kesediaan untuk mengisi kuesioner ini, kami sampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat Kami,

Andi Muh. Dhaifullah Dzaky Reza

**ANGKET / QUESTIONARE UNTUK PELANGGAN SWALAYAN HERO
DAN TRANSMART DI MAKASSAR**

I. IDENTITAS RESPONDEN

1) Nama : (boleh tidak diisi)

2) Umur :

Dibawah 20 tahun

21 – 30 tahun

31 – 40 tahun

Diatas 41 tahun

2) Pekerjaan

Pelajar

Mahasiswa

PNS

Karyawan Swasta

BUMN

Dan lain-lain (sebutkan)

3) Jenis Kelamin

Pria

Wanita

4) Tingkat Pendidikan

SD atau sederajat

SMP atau sederajat

SMA atau sederajat

Diploma

Sarjana (S1)

Magister Manajemen (S2)

Lain-lain.....(sebutkan)

5) Tempat Berbelanja

Swalayan Hero

Transmart

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berikut ini penilaian anda mengenai **Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing pada Swalayan Hero dan Transmart di Kota Makassar**. Mohon anda memberi tanda silang (X) nomor yang disediakan sesuai dengan penilaian anda dalam menilai setiap item pertanyaan.

Jawaban pertanyaan

STS	= Sangat Tidak Setuju	Skor	= 1
TS	= Tidak Setuju	Skor	= 2
CS	= Cukup Setuju	Skor	= 3
S	= Setuju	Skor	= 4
SS	= Sangat Setuju	Skor	= 5

III. JAWABLAH PERTANYAAN-PERTANYAAN DI BAWAH INI SESUAI DENGAN TANGGAPAN ANDA PADA SKOR PILIHAN JAWABAN

Keragaman Produk (X1)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Swalayanan Hero dan Transmart menjual produk yang beragam dan bervariasi					
2.	Produk Swalayanan Hero dan Transmart lengkap sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
3.	Produk-produk Hero dan Transmart bervariasi ukuran dan kemasannya, seperti produk gula ada yang ukuran 1 kg, ½ kg, 2 kg, kemasannya juga berbeda sesuai dengan merek yang dijual sehingga sesuai keinginan pembeli.					
4.	Produk yang dijual berkualitas tinggi, khususnya bagi produk sayur dan buah					

Kualitas layanan (X2)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Saya merasa nyaman dengan kebersihan lokasi dan ruangan yang dimiliki oleh Swalayan Hero dan Transmart					

2.	Karyawan Swalayan Hero dan Transmart memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan					
3.	Karyawan Swalayan Hero dan Transmart memberi tanggapan yang positif pada saat pelanggan menyampaikan keluhan					
4.	Swalayan Hero dan Transmart memberikan jaminan keamanan berupa tidak adanya barang yang kadaluarsa dibeli oleh pelanggan					
5.	Karyawan Hero dan Transmart memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial					

Keunggulan Bersaing (Z)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Swalayan Hero dan Transmart menetapkan harga jual produk yang terjangkau					
2.	Desain dan tata letak Swalayan Hero Transmart memberikan kesan kepada pelanggan yang berbelanja					
3.	Pengalaman konsumen dalam berbelanja menjadi rekomendasi kepada pelanggan lainnya					
4.	Atribut yang melekat pada produk yang dijual pada Swalayan Hero dan Transmart terjamin kualitasnya					
5.	Swalayanan Hero dan Transmart memiliki layanan yang unit dengan menukarkan struk belanja kepada pelanggan untuk menebus produk yang ditawarkan					

Kinerja Pemasaran (Y)

No.	Pertanyaan	Tanggapan Responden				
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Target penjualan Swalayan Hero dan Transmart selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya					
2.	Omset Swalayanan Hero dan Transmart dalam satu tahun ini selalu mengalami peningkatan, setelah melakukan pengembangan produk					
3.	Pertumbuhan penjualan Swalayan Hero dan Transmart meningkat secara berkala dengan adanya pengembangan produk					
4.	Saya memperluas pasar dalam upaya meningkatkan kelangsungan usaha Swalayan					
5.	Pertumbuhan pelanggan selalu mengalami peningkatan sesuai dengan yang diharapkan oleh Swalayan Hero dan Transmart					

***** TERIMA KASIH *****

Lampiran 2. Data Responden

No Resp	Umur	Pekerjaan	Jenis Kelamin	Tkt Pendidikan	Tempat Belanja
1	1	1	1	1	1
2	2	2	2	2	1
3	4	3	2	3	1
4	6	4	1	4	1
5	6	6	1	3	2
6	5	3	2	4	2
7	6	5	2	4	2
8	6	3	2	4	2
9	7	5	1	4	2
10	7	5	2	4	2
11	7	5	1	4	2
12	7	5	1	3	2
13	1	1	2	1	1
14	1	1	2	1	1
15	1	1	2	1	1
16	1	1	1	1	1
17	5	4	1	4	1
18	5	4	1	4	1
19	5	5	1	4	2
20	5	5	1	4	2
21	5	4	1	4	2
22	5	5	2	4	2
23	5	5	2	4	2
24	4	5	2	4	2
25	6	5	2	5	1
26	6	5	2	5	1
27	6	5	2	4	1
28	5	3	1	5	1
29	5	5	1	4	2
30	5	3	1	4	2
31	6	5	1	4	2
32	6	5	1	4	2
33	5	3	1	4	2
34	5	3	2	4	1
35	4	5	2	4	1
36	4	5	2	4	1
37	5	5	2	3	1
38	4	5	2	4	1
39	4	3	2	4	2
40	5	5	1	4	2
41	5	4	1	4	2
42	6	4	1	5	2
43	6	4	1	5	2
44	6	4	2	4	1
45	7	6	2	4	1
46	7	6	2	5	1
47	4	3	2	4	1
48	4	3	2	4	1
49	4	4	2	4	2
50	4	4	2	4	2

51	1	4	2	1	2
52	5	3	2	4	2
53	1	1	2	1	2
54	5	1	2	3	2
55	5	3	1	3	1
56	4	3	1	3	1
57	4	4	1	3	1
58	2	2	1	2	1
59	2	2	1	2	2
60	2	2	1	2	2
61	4	4	1	4	2
62	4	3	2	4	2
63	5	3	2	4	2
64	5	4	2	3	1
65	5	4	2	4	1
66	5	4	2	4	1
67	5	4	1	4	1
68	6	3	1	4	1
69	6	4	1	5	1
70	7	5	1	4	1
71	7	5	1	4	2
72	7	5	1	4	2
73	7	5	1	4	1
74	1	1	2	1	1
75	1	1	2	1	1
76	2	2	2	2	1
77	2	2	2	2	2
78	2	2	2	2	2
79	1	1	2	1	2
80	1	1	2	1	2
81	1	1	2	1	2
82	2	2	2	2	2
83	2	2	1	2	1
84	2	2	1	2	1
85	1	1	2	1	1
86	1	1	2	1	1
87	2	2	2	2	2
88	2	2	1	2	2
89	4	3	1	4	2
90	4	4	1	4	2
91	6	4	1	4	2
92	6	5	2	4	1
93	5	4	2	3	1
94	4	4	2	4	1
95	4	3	2	4	1
96	2	2	2	2	2
97	2	2	2	2	2
98	2	2	2	2	1
99	1	1	2	1	1
100	2	2	1	2	2

Lampiran 3. Rekap Jawaban Responden

No Resp	Keberagaman Produk				X1	Kualitas Pelayanan					X2	Keunggulan Bersaing					Z	Kinerja Pemasaran					Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		Z1	Z2	Z3	Z4	Z5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	5	5	4	4	4,50	3	3	4	3	3	3,20	4	4	4	5	4	4,20	4	4	5	5	5	4,60
2	4	4	4	5	4,25	3	3	4	3	3	3,20	4	4	4	5	4	4,20	4	4	4	5	4	4,20
3	4	4	4	5	4,25	2	3	4	3	3	3,00	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	5	4	4,40
4	3	4	4	5	4,00	2	3	5	3	3	3,20	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4	4,20
5	3	3	5	2	3,25	3	2	5	3	3	3,20	3	4	3	3	3	3,20	3	4	3	3	4	3,40
6	3	3	5	2	3,25	3	2	5	3	3	3,20	3	4	3	3	3	3,20	3	4	3	3	4	3,40
7	3	3	4	3	3,25	3	2	4	3	3	3,00	3	4	3	3	3	3,20	3	4	3	3	4	3,40
8	2	3	4	3	3,00	3	2	3	4	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00	3	4	3	3	3	3,20
9	2	2	4	3	2,75	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00	3	3	4	3	3	3,20
10	3	4	4	4	3,75	2	3	3	3	4	3,00	4	3	5	4	3	3,80	3	4	4	4	4	3,80
11	2	2	3	3	2,50	2	3	2	3	2	2,40	3	2	3	3	3	2,80	3	2	4	2	3	2,80
12	3	2	3	3	2,75	3	2	2	2	3	2,40	3	2	3	3	3	2,80	3	4	3	3	3	3,20
13	3	2	3	3	2,75	4	5	4	4	4	4,20	2	3	2	3	3	2,60	3	2	3	3	3	2,80
14	3	3	2	2	2,50	3	3	3	3	3	3,00	2	3	2	3	3	2,60	3	3	3	3	3	3,00
15	3	3	2	2	2,50	4	3	4	3	5	3,80	2	2	2	3	3	2,40	2	3	2	3	3	2,60
16	4	3	2	3	3,00	3	2	3	3	3	2,80	3	3	4	3	2	3,00	3	4	3	3	3	3,20
17	4	3	3	3	3,25	3	2	3	3	3	2,80	2	3	4	4	2	3,00	3	4	3	3	4	3,40
18	4	3	3	3	3,25	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3	4	3,20	3	4	3	3	4	3,40
19	4	3	3	4	3,50	2	3	3	2	2	2,40	3	3	4	3	4	3,40	3	4	4	4	3	3,60
20	5	4	3	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4	4,20
21	5	4	4	5	4,50	2	3	3	2	3	2,60	4	4	4	5	5	4,40	4	5	4	5	5	4,60
22	4	4	4	5	4,25	2	3	3	3	3	2,80	4	4	4	4	5	4,20	4	5	4	4	5	4,40
23	4	4	4	4	4,00	3	3	3	3	2	2,80	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	5	4,20
24	4	5	4	4	4,25	3	2	3	3	2	2,60	4	4	4	5	4	4,20	4	4	4	5	5	4,40
25	3	5	5	4	4,25	3	2	3	3	3	2,80	4	4	4	5	4	4,20	4	4	4	5	5	4,40
26	3	5	5	4	4,25	4	5	4	4	4	4,20	4	4	4	5	4	4,20	4	4	4	5	5	4,40
27	3	4	5	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4	4,20
28	3	4	4	4	3,75	3	4	3	3	4	3,40	3	3	4	4	4	3,60	3	4	4	4	4	3,80
29	2	4	4	5	3,75	3	4	3	3	4	3,40	3	3	4	4	4	3,60	3	4	4	4	4	3,80
30	2	4	4	3	3,25	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3	4	3,20	3	4	4	3	3	3,40
31	2	3	4	4	3,25	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3	4	3,20	3	4	4	3	3	3,40
32	3	3	3	5	3,50	3	4	3	3	3	3,20	3	3	3	4	4	3,40	3	3	4	4	4	3,60
33	3	3	3	5	3,50	3	4	3	3	3	3,20	3	3	3	4	4	3,40	3	3	4	4	4	3,60
34	2	2	3	4	2,75	2	3	3	2	2	2,40	3	2	3	3	3	2,80	3	3	3	3	3	3,00
35	2	2	2	4	2,50	2	3	2	2	2	2,20	2	2	2	3	3	2,40	2	2	3	3	3	2,60
36	2	2	2	3	2,25	2	2	2	2	2	2,00	2	2	2	3	2	2,20	2	2	2	3	3	2,40
37	3	2	2	3	2,50	2	3	2	2	2	2,20	2	2	2	4	2	2,40	3	2	2	3	3	2,60
38	3	3	2	3	2,75	2	3	2	2	2	2,20	2	2	3	3	2	2,40	3	2	3	3	3	2,80
39	3	3	3	3	3,00	2	2	2	3	3	2,40	2	3	3	3	2	2,60	3	3	3	3	4	3,20
40	3	3	3	3	3,00	2	2	2	3	3	2,40	3	2	2	3	3	2,60	4	3	3	2	4	3,20
41	4	3	4	5	4,00	3	4	3	4	4	3,60	4	4	4	4	4	4,00	4	5	4	4	4	4,20
42	4	4	5	6	4,75	4	5	4	4	5	4,40	4	4	5	5	5	4,60	4	5	5	5	5	4,80
43	4	4	5	4	4,25	2	3	3	2	3	2,60	3	2	2	3	4	2,80	3	3	3	3	4	3,20
44	4	4	5	4	4,25	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	5	4	4,20	4	4	4	5	5	4,40
45	4	5	4	4	4,25	3	3	2	3	4	3,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	5	4,20
46	4	5	4	4	4,25	4	4	4	4	4	4,00	4	5	5	5	5	4,80	4	5	5	4	4	4,40
47	5	5	4	5	4,75	4	5	4	5	5	4,60	5	5	5	4	4	4,60	4	5	5	5	5	4,80
48	5	4	4	5	4,50	4	5	5	4	5	4,60	5	4	4	4	4	4,20	4	5	5	5	5	4,80
49	5	4	4	5	4,50	5	5	4	5	4	4,60	5	4	4	4	4	4,20	4	5	5	5	5	4,80
50	4	4	5	5	4,50	5	5	5	4	5	4,80	4	5	4	5	5	4,60	4	5	5	5	5	4,80
51	4	3	5	4	4,00	4	5	4	4	4	4,20	4	5	4	4	4	4,20	4	4	4	5	5	4,40
52	4	3	5	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	5	5	4	3	4,20	4	4	4	5	4	4,20

53	4	4	4	4	4,00	4	4	4	5	4	4,20	4	4	4	4	5	4,20	4	4	4	5	5	4,40
54	3	4	3	4	3,50	4	4	5	4	4	4,20	3	4	4	4	4	3,80	4	4	4	5	5	4,40
55	3	2	2	2	2,25	3	3	3	3	3	3,00	3	2	3	3	2	2,60	3	3	3	3	4	3,20
56	3	2	2	3	2,50	3	2	2	3	3	2,60	3	3	3	3	2	2,80	3	3	2	3	3	2,80
57	2	2	2	3	2,25	2	3	3	2	3	2,60	2	3	3	3	2	2,60	3	3	3	2	3	2,80
58	2	3	2	3	2,50	2	2	2	2	3	2,20	2	3	3	3	3	2,80	2	2	2	3	3	2,40
59	2	3	3	3	2,75	2	4	5	2	3	3,20	2	3	2	3	3	2,60	3	3	3	4	4	3,40
60	2	3	3	3	2,75	2	3	3	2	3	2,60	2	3	2	4	5	3,20	2	3	3	3	3	2,80
61	3	3	3	2	2,75	3	3	3	3	3	3,00	3	2	2	3	3	2,60	3	4	3	3	3	3,20
62	3	4	4	2	3,25	3	3	2	3	3	2,80	3	2	3	3	3	2,80	3	4	3	3	3	3,20
63	3	4	4	2	3,25	3	2	2	3	3	2,60	3	2	3	3	3	2,80	3	4	3	3	3	3,20
64	4	4	4	5	4,25	4	4	5	4	5	4,40	4	5	4	5	5	4,60	4	5	5	5	5	4,80
65	4	5	5	5	4,75	4	5	5	5	5	4,80	4	5	5	5	5	4,80	4	5	5	5	5	4,80
66	4	5	5	5	4,75	4	4	4	3	5	4,00	4	5	5	4	5	4,60	4	5	5	5	5	4,80
67	5	4	5	5	4,75	5	5	5	4	4	4,60	5	4	4	4	4	4,20	4	5	4	5	4	4,40
68	5	4	4	5	4,50	5	4	4	5	4	4,40	5	4	4	4	4	4,20	4	4	4	5	5	4,40
69	4	4	4	4	4,00	5	5	4	4	3	4,20	5	4	4	3	4	4,00	4	4	4	4	5	4,20
70	4	3	4	4	3,75	4	5	4	4	3	4,00	4	5	4	4	3	4,00	4	4	4	4	5	4,20
71	4	3	3	5	3,75	4	4	5	5	3	4,20	4	4	5	5	4	4,40	4	5	4	5	4	4,40
72	3	3	3	3	3,00	4	5	5	5	4	4,60	4	5	5	4	5	4,60	5	5	4	5	5	4,80
73	3	2	3	2	2,50	3	3	3	3	2	2,80	3	3	3	3	3	3,00	3	4	3	3	3	3,20
74	3	2	2	2	2,25	3	3	2	3	2	2,60	3	2	2	3	2	2,40	3	2	3	3	3	2,80
75	2	2	2	2	2,00	3	3	3	3	2	2,80	3	3	3	3	2	2,80	3	4	3	3	3	3,20
76	2	2	2	3	2,25	2	3	3	3	3	2,80	2	3	2	3	3	2,60	3	3	3	3	4	3,20
77	2	3	2	3	2,50	2	3	3	3	3	2,80	2	3	2	3	3	2,60	3	4	3	3	3	3,20
78	2	3	2	3	2,50	2	3	2	3	3	2,60	2	3	3	3	3	2,80	3	4	3	3	3	3,20
79	3	3	3	2	2,75	2	2	2	3	4	2,60	2	2	3	3	4	2,80	3	4	3	3	3	3,20
80	3	3	3	2	2,75	3	2	2	3	4	2,80	3	3	3	3	4	3,20	3	4	3	3	3	3,20
81	3	4	3	2	3,00	3	2	2	3	3	2,60	3	3	2	3	4	3,00	3	4	3	3	3	3,20
82	2	3	3	4	3,00	3	3	2	4	3	3,00	3	3	3	4	5	3,60	3	4	3	3	3	3,20
83	4	4	4	5	4,25	4	5	4	4	5	4,40	4	4	5	5	5	4,60	4	5	5	5	5	4,80
84	4	5	4	5	4,50	4	5	5	5	5	4,80	4	4	4	5	5	4,40	4	5	5	5	5	4,80
85	5	5	5	5	5,00	4	5	4	4	5	4,40	4	5	4	5	4	4,40	4	5	5	4	5	4,60
86	5	4	5	4	4,50	5	4	4	5	4	4,40	5	5	4	5	4	4,60	4	5	5	4	5	4,60
87	5	4	4	5	4,50	5	5	5	4	5	4,80	5	4	3	4	4	4,00	4	5	5	5	5	4,80
88	4	4	4	4	4,00	5	5	5	4	4	4,60	5	4	3	4	4	4,00	4	4	5	4	4	4,20
89	4	3	4	4	3,75	4	4	4	5	4	4,20	4	4	3	4	5	4,00	4	4	5	4	4	4,20
90	4	3	3	5	3,75	4	4	4	4	5	4,20	4	3	2	3	3	3,00	3	4	3	3	3	3,20
91	3	3	3	3	3,00	4	3	4	3	3	3,40	4	3	2	3	2	2,80	3	3	3	3	3	3,00
92	3	2	2	3	2,50	3	4	4	5	4	4,00	3	3	2	3	2	2,60	3	3	3	3	3	3,00
93	3	2	2	3	2,50	3	5	3	3	4	3,60	3	2	2	3	2	2,40	2	3	3	3	3	2,80
94	2	2	2	3	2,25	3	4	3	2	4	3,20	3	2	3	3	3	2,80	3	3	3	3	4	3,20
95	2	3	2	3	2,50	2	3	3	2	3	2,60	2	3	3	3	3	2,80	2	3	3	3	3	2,80
96	2	3	3	3	2,75	2	4	3	3	5	3,40	2	3	3	3	3	2,80	3	4	3	3	3	3,20
97	2	4	3	3	3,00	2	5	4	4	4	3,80	2	4	4	3	4	3,40	3	4	3	4	4	3,60
98	3	4	3	3	3,25	2	4	5	5	5	4,20	2	4	4	3	4	3,40	3	4	3	4	4	3,60
99	3	5	4	4	4,00	3	3	3	3	3	3,00	3	5	4	3	4	3,80	4	4	4	4	4	4,00
100	3	4	4	5	4,00	3	4	5	3	5	4,00	3	5	5	3	5	4,20	4	4	4	4	5	4,20

Lampiran 4 : Frekuensi Jawaban Responden

	Statistics		Mean	Sum
	Valid	N Missing		
Umur	100	0	4.1000	410.00
Pekerjaan	100	0	3.3700	337.00
Jenis Kelamin	100	0	1.5700	157.00
Tkt Pendidikan	100	0	3.2000	320.00
Tempat berbelanja	100	0	1.5100	151.00
X1.1	100	0	3.3000	330.00
X1.2	100	0	3.4000	340.00
X1.3	100	0	3.4800	348.00
X1.4	100	0	3.6700	367.00
X2.1	100	0	3.1500	315.00
X2.2	100	0	3.4700	347.00
X2.3	100	0	3.4400	344.00
X2.4	100	0	3.3400	334.00
X2.5	100	0	3.4800	348.00
Z.1	100	0	3.3100	331.00
Z.2	100	0	3.4400	344.00
Z.3	100	0	3.4000	340.00
Z.4	100	0	3.6600	366.00
Z.5	100	0	3.5900	359.00
Y.1	100	0	3.3800	338.00
Y.2	100	0	3.8800	388.00
Y.3	100	0	3.6500	365.00
Y.4	100	0	3.7600	376.00
Y.5	100	0	3.9200	392.00

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-19 Tahun	15	15.0	15.0	15.0
	20-24 Tahun	16	16.0	16.0	31.0
	30-34 Tahun	18	18.0	18.0	49.0
	35-39 Tahun	25	25.0	25.0	74.0
	40-44 Tahun	16	16.0	16.0	90.0
	> 45 Tahun	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	15	15.0	15.0	15.0
	Mahasiswa	16	16.0	16.0	31.0
	PNS	18	18.0	18.0	49.0
	Karyawan Swasta	22	22.0	22.0	71.0
	Wiraswasta	26	26.0	26.0	97.0
	Lain Lain	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	43	43.0	43.0	43.0
	Wanita	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tkt Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	15	15.0	15.0	15.0
	SMA	16	16.0	16.0	31.0
	Diploma	10	10.0	10.0	41.0
	Sarjana (S.1)	52	52.0	52.0	93.0
	Magister (D.3)	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tempat berbelanja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hero	49	49.0	49.0	49.0
	Transmart	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	22	22.0	22.0	22.0
	CS	37	37.0	37.0	59.0
	S	30	30.0	30.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	18	18.0	18.0	18.0
	CS	36	36.0	36.0	54.0
	S	34	34.0	34.0	88.0
	SS	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	20	20.0	20.0	20.0
	CS	28	28.0	28.0	48.0
	S	36	36.0	36.0	84.0
	SS	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X1.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	14	14.0	14.0	14.0
	CS	32	32.0	32.0	46.0
	S	28	28.0	28.0	74.0
	SS	25	25.0	25.0	99.0
	6.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X2.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	27	27.0	27.0	27.0
	CS	39	39.0	39.0	66.0
	S	26	26.0	26.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X2.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	18	18.0	18.0	18.0
	CS	37	37.0	37.0	55.0
	S	25	25.0	25.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X2.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	19	19.0	19.0	19.0
	CS	35	35.0	35.0	54.0
	S	29	29.0	29.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X2.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	15	15.0	15.0	15.0
	CS	48	48.0	48.0	63.0
	S	25	25.0	25.0	88.0
	SS	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		X2.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	12	12.0	12.0	12.0
	CS	44	44.0	44.0	56.0
	S	28	28.0	28.0	84.0
	SS	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	21	21.0	21.0	21.0
	CS	36	36.0	36.0	57.0
	S	34	34.0	34.0	91.0
	SS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	18	18.0	18.0	18.0
	CS	34	34.0	34.0	52.0
	S	34	34.0	34.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	19	19.0	19.0	19.0
	CS	33	33.0	33.0	52.0
	S	37	37.0	37.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	51	51.0	51.0	51.0
	S	32	32.0	32.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Z.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	14	14.0	14.0	14.0
	CS	29	29.0	29.0	43.0
	S	41	41.0	41.0	84.0
	SS	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	CS	49	49.0	49.0	56.0
	S	43	43.0	43.0	99.0
	SS	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Y.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8.0	8.0	8.0
	CS	20	20.0	20.0	28.0
	S	48	48.0	48.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Y.3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	CS	42	42.0	42.0	47.0
	S	36	36.0	36.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Y.4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	CS	45	45.0	45.0	48.0
	S	25	25.0	25.0	73.0
	SS	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Y.5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	38	38.0	38.0	38.0
	S	32	32.0	32.0	70.0
	SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4 : Uji Intrumen Penelitian Pre test

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Keragaman Produk

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
.743	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	10.8000	5.200	.393	.759
X1.2	10.4000	4.179	.606	.642
Z1.3	10.6667	4.989	.521	.694
X1.4	10.5333	4.120	.639	.621

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas pelayanan

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
.752	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	12.6333	4.240	.609	.679
X2.2	12.6000	3.903	.484	.729
X2.3	12.1333	4.602	.317	.785
X2.4	12.5000	4.534	.653	.681
X2.5	12.4000	3.972	.644	.661

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
.883	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z.1	14.2333	5.564	.872	.822
Z.2	14.1333	6.257	.662	.870
Z.3	14.0000	6.000	.675	.868
Z.4	13.8000	5.476	.777	.844
Z.5	13.9667	6.171	.621	.880

4. Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja 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
.880	5

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	15.2333	6.116	.863	.833
Y.2	14.6333	6.033	.581	.888
Y.3	14.9667	6.447	.632	.873
Y.4	14.8667	4.878	.826	.828
Y.5	14.7000	5.528	.756	.845

Lampiran 5 : Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.19504390
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.064
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.095 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 6 : Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.156	.066		2.352	.021
Keragaman Produk	-.062	.038	-.375	-1.647	.103
Kualitas Pelayanan	.014	.024	.084	.599	.550
Keunggulan Bersaing	.044	.043	.250	1.018	.311

a. Dependent Variable: Abres

Lampiran 7 : Analisis regresi dan korelasi model 1

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan , Keragaman Produk ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.912 ^a	.832	.829	.30758

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan , Keragaman Produk

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.463	2	22.732	240.279	.000 ^b
	Residual	9.177	97	.095		
	Total	54.640	99			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan , Keragaman Produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.333	.152		2.200	.030
	Keragaman Produk	.711	.050	.763	14.209	.000
	Kualitas Pelayanan	.202	.051	.213	3.966	.000

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Lampiran 8 : Analisis regresi dan korelasi model 2

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keunggulan Bersaing, Kualitas Pelayanan , Keragaman Produk ^b		Enter

a. Dependent Variable: Kinerja Pemasaran

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.964 ^a	.929	.927	.19807

a. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing, Kualitas Pelayanan , Keragaman Produk

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	49.088	3	16.363	417.086	.000 ^b
	Residual	3.766	96	.039		
	Total	52.854	99			

a. Dependent Variable: Kinerja Pemasaran

b. Predictors: (Constant), Keunggulan Bersaing, Kualitas Pelayanan , Keragaman Produk

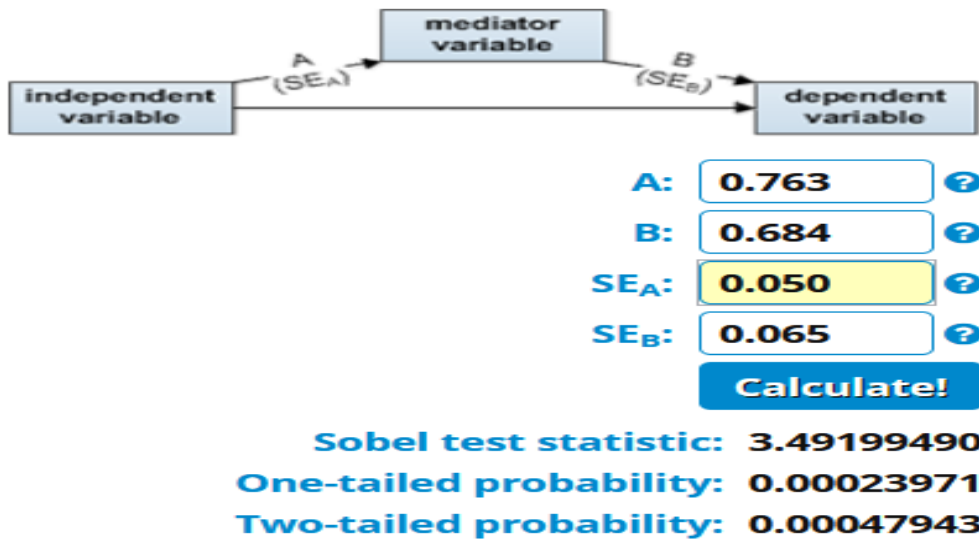
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.341	.100		3.415	.001
	Keragaman Produk	.194	.057	.211	3.423	.001
	Kualitas Pelayanan	.110	.035	.118	3.106	.002
	Keunggulan Bersaing	.673	.065	.684	10.289	.000

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Keragaman Produk	.195	5.127
	Kualitas Pelayanan	.517	1.934
	Keunggulan Bersaing	.168	5.954

a. Dependent Variable: Kinerja Pemasaran

Lampiran 9 : Hasil Uji Sobel Test Statistik Pengaruh Keberagaman Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing



Lampiran 10 : Hasil Uji Sobel Test Statistik Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Pemasaran Melalui Keunggulan Bersaing

