

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.

Ambadar. 2007, Mengelola Merek. Yayasan Bina Karsa Mandiri. Jakarta.

Amir, Taufiq. 2005. Brand Management (Suatu Pengantar). Harvarindo. Jakarta.

Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak 2001. Strategi Menaklukkan Pasar (melalui riset ekuitas dan perilaku merek). PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Durianto, Darmadi, Sugiarto dan Tony Sitinjak 2004. Brand Equity Ten (Strategi Memimpin Pasar). PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Ferrinadewi, Erra dan Darmawan, didit, 2004. Perilaku Konsumen (Analisis Model Keputusan). Yogyakarta.

Keller, Kevin, Lane. 2003. Brand Equity Ten. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta

Korroh, J. J. Nico. 2008. Kamus Marketing (1500 istilah marketing). Talenta Mulia Aksara. Jakarta.

Kotler, Philip, Gary, Amstrong 2002. Manajemen Pemasaran (Perpektif Asia). Yogyakarta.

Kotler, Philip, 2005. Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2. Jakarta. PT. Indeks. Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary, Amstrong. 2004. Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan. PT. Gramedia. Jakarta.

McDaniel, Lamb, Hair. 2001. Pemasaran. PT. Salemba Emban Patria. Jakarta.

Rangkuti, Freddy. 2002. The Power of Brand (Tehnik mengelola brand equity dan strategi pengembangan merek). PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Riduan. 2010. Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian. Alfabeta. Bandung.

Sadat, M, Andi. 2009. Brand Belief (Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan). Salemba Empat. Jakarta.

Setiadi, J. Nugroho. 2003. Perilaku Konsumen (konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran). Kencana. Jakarta.

Simamora, Bilson. 2002. Perilaku Konsumen. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sugiyono. 2004. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung.

Susanto, dan Wijanarko. 2004. Power Branding. PT. Mizan Pustaka. Bandung.

Suyanto, M. 2007. Marketing Strategy (top brand index). Yogyakarta.

Sumarwan, Ujang, dkk. 2009. Pemasaran Strategik. Inti Prima Promosindo
Jakarta.

Tika, Pambudu, Moh. 2006. Metodologi Riset Bisnis. PT Bumi Aksara.
Jakarta.

Tunggal, Wijaya. 2005. Brand Management (suatu pengantar).
Harvarindo. Jakarta.

<http://www.liputan6.com/diakses>

<http://www.marketing.co.id/edisi/x/>

http://www.Isca_indo.com/diakses

<http://www.caplang.com/diakses>



Lampiran I

KUESIONER ANALISIS PERSEPSI KUALITAS MEREK DAN LOYALITAS MEREK PADA PRODUK MINYAK KAYU PUTIH CAP LANG

(Studi Kasus: Di wilayah RW. 014 Kelurahan Jatinegara, Jakarta Timur)

A. Pembuka

Responden yang saya hormati perkenalkan nama saya AYU PRIHATINI HANDAYANI mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Darma Persada. Saat ini sedang melakukan penelitian tentang Analisis Persepsi Kualitas Merek dan Loyalitas Merek Pada Produk Minyak Kayu Putih Cap Lang di wilayah RW. 014 Kelurahan Jatinegara, Jakarta – Timur.

Saya berharap kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner dalam rangka menghimpun data yang saya perlukan. Identitas Bapak/Ibu/Saudara/I adalah rahasia dan tidak ada pengaruhnya terhadap status Bapak/Ibu/Saudara/I.

Demikian kuesioner ini saya sampaikan dan atas bantuan serta kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah secara teliti seluruh soal atau pertanyaan.
2. Berilah tanda silang (X) pada pilihan yang dianggap paling benar.
3. Bila telah selesai harap dikumpulkan kembali.
4. Selamat mengerjakan dan terima kasih.

C. Identitas

Untuk pertanyaan dibawah ini berilah tanda silang (X) sesuai pilihan yang sudah disediakan.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : 1. ☐ Laki-laki 2. ☐ Perempuan
3. Usia : 1. ☐ >15- 20 Th 2. ☐ >21-30 Th
3. ☐ 31-40 Th 4. ☐ >41 Th
4. Di RT berapa anda Tinggal : 1. ☐ 001 2. ☐ 002 3. ☐ 003
4. ☐ 004 5. ☐ 005 6. ☐ 006
7. ☐ 007 8. ☐ 008 9. ☐ 009
10. ☐ 010 11. ☐ 011
12. ☐ 012 13. ☐ 013
5. Pendidikan : 1. ☐ SD 2. ☐ SMP
3. ☐ SMA 4. ☐ D1/D2/D3
5. ☐ S1
6. Pekerjaan Anda Saat ini : 1. ☐ Pelajar/ Mahasiswa
2. ☐ Ibu Rumah Tangga
3. ☐ Karyawan Swasta
4. ☐ Pegawai Negeri
5. ☐ Wiraswasta
7. Pengeluaran Anda Perbulan : 1. ☐ ≤ Rp. 2.000.000
2. ☐ Rp.2.000.000–2.500.000
3. ☐ Rp. 2.500.000- Rp. 3.000.000
4. ☐ Rp. ≥ 3.000.000

8. Masa pemakaian minyak kayu putih Cap Lang:

1. ☐ < 3 bula
2. ☐ > 3 – 6 bulan
3. ☐ > 6 bulan – 12 bulan
4. ☐ > 1 tahun

D. PERSEPSI KUALITAS

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini yang sesuai dengan pendapat anda tentang Persepsi Kualitas Merek pada produk minyak kayu putih sebagai berikut :

Keterangan : Bobot 1 = Tidak Setuju (TS)

2 = Kurang Setuju (KS)

3 = Cukup Setuju (CS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pertanyaan	Bobot				
		1	2	3	4	5
		TS	KS	CS	S	SS
1. Kinerja						
1	Setujukah anda produk minyak kayu putih Cap Lang bantu mengobati masuk angin, kembung, sakit perut, mual, meriang dan penghilang rasa gatal yang disebabkan gigitan serangga ?					
2	Setujukah anda aroma therapy dari minyak kayu putih Cap Lang dapat membuat tubuh nyaman ?					
2. Pelayanan						
1	Setujukah anda fasilitas layanan konsumen dari minyak kayu putih Cap Lang mudah dihubungi ?					
2	Setujukah anda layanan operator konsumen dari minyak kayu putih Cap Lang dapat beromunikasi dengan ramah ?					
3. Ketahanan						
1	Setujukah anda minyak kayu putih Cap Lang keharuman dan kehangatannya lebih tahan lama ?					

2	Setujukah anda minyak kayu putih Cap Lang terbuat dari 100% tanaman kayu putih ?					
4. Keandalan						
1	Setujukah anda aroma minyak kayu putih Cap Lang tidak dapat berubah setiap kali pemakaian ?					
2	Setujukah anda hangatnya minyak kayu putih Cap Lang dapat membuat tubuh nyaman ?					
5. Karakteristik Produk						
1	Setujukah anda warna kemasan dari minyak kayu putih Cap Lang menarik dan bagus ?					
2	Setujukah anda minyak kayu putih Cap Lang memiliki berbagai variasi kemasan ?					
6. Kesesuaian dengan spesifikasi						
1	Setujukah anda kualitas (aroma dan hangatnya lebih tahan lama) dari minyak kayu putih Cap Lang sesuai dengan mutu ?					
2	Setujukah anda penampilan kemasan dari minyak kayu putih Cap Lang lebih baik dari produk pesaing ?					
7. Hasil						
1	Setujukah anda produk minyak kayu putih Cap Lang tersedia dimana-mana ?					
2	Setujukah anda produk minyak kayu putih Cap Lang tampak terkesan berkualitas tinggi ?					

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini yang sesuai dengan pendapat anda tentang Persepsi Kepentingan Atribut minyak kayu putih sebagai berikut :

- Keterangan : Bobot 1 = Tidak Penting (TP)
 2 = Kurang Penting (KP)
 3 = Cukup Penting (CP)
 4 = Penting (P)
 5 = Sangat Penting (SP)

No	Pertanyaan	Bobot				
		1	2	3	4	5
		TP	KP	CP	P	SP
1. Kinerja						
1	Seberapa penting produk minyak kayu putih Cap Lang bantu mengobati masuk angin, kembung, sakit perut, mual, meriang dan penghilang rasa gatal yang disebabkan gigitan serangga ?					
2	Seberapa penting aroma therapy dari minyak kayu putih Cap Lang dapat membuat tubuh nyaman ?					
2. Pelayanan						
1	Seberapa penting fasilitas layanan konsumen dari minyak kayu putih Cap Lang mudah dihubungi ?					
2	Seberapa penting layanan operator konsumen dari minyak kayu putih Cap Lang dapat beromunikasi dengan ramah ?					
3. Ketahanan						
1	Seberapa penting minyak kayu putih Cap Lang keharuman dan kehangatannya lebih tahan lama ?					
2	Seberapa penting minyak kayu putih Cap Lang terbuat dari 100% tanaman kayu putih ?					
4. Keandalan						
1	Seberapa penting aroma minyak kayu putih Cap Lang tidak dapat berubah setiap kali pemakaian ?					
2	Seberapa penting hangatnya minyak kayu putih Cap Lang dapat membuat tubuh nyaman ?					
5. Karakteristik Produk						
1	Seberapa penting warna kemasan dari minyak kayu putih Cap Lang menarik dan bagus ?					
2	Seberapa penting minyak kayu putih Cap Lang memiliki berbagai variasi kemasan ?					
6. Kesesuaian dengan spesifikasi						
1	Seberapa penting kualitas (aroma dan hangatnya lebih tahan lama) dari minyak kayu putih Cap Lang sesuai dengan mutu ?					
2	Seberapa penting penampilan kemasan dari minyak kayu putih Cap Lang lebih baik dari					

	produk pesaing ?					
7. Hasil						
1	Seberapa penting produk minyak kayu putih Cap Lang tersedia dimana-mana ?					
2	Seberapa penting produk minyak kayu putih Cap Lang tampak terkesan berkualitas tinggi ?					

A. LOYALITAS MEREK

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini yang sesuai dengan pendapat anda tentang Loyalitas Merek pada produk minyak kayu putih sebagai berikut :

Keterangan : Bobot 1 = Tidak Setuju (TS)
 2 = Kurang Setuju (KS)
 3 = Cukup Setuju (CS)
 4 = Setuju (S)
 5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pertanyaan	Bobot				
		1	2	3	4	5
		TS	KS	CS	S	SS
1. Switcher						
1	Apakah anda benar-benar setuju pindah ke merek minyak kayu putih lain jika harganya lebih murah dari minyak kayu putih Cap Lang ?					

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini yang sesuai dengan pendapat anda tentang Loyalitas Merek pada produk minyak kayu putih sebagai berikut :

Keterangan : Bobot 1 = Tidak Setuju (TS)
 2 = Kurang Setuju (KS)
 3 = Cukup Setuju (CS)
 4 = Setuju (S)
 5 = Sangat Setuju (SS)

No	Pertanyaan	Bobot				
		1	2	3	4	5
		TS	KS	CS	S	SS
2. Habitual Buyer						
1	Apakah anda benar-benar setuju bahwa alasan anda memakai merek minyak kayu putih Cap Lang karena kebiasaan anda menggunakan merek minyak kayu putih Cap Lang ?					

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini yang sesuai dengan pendapat anda tentang Loyalitas Merek pada produk minyak kayu putih sebagai berikut :

Keterangan : Bobot 1 = Sangat Tidak Puas (TP)
 2 = Kurang Puas (KP)
 3 = Cukup Puas (CP)
 4 = Puas (P)
 5 = Sangat Puas (SP)

No	Pertanyaan	Bobot				
		1	2	3	4	5
		TP	KP	CP	P	SP
3. Satisfied Buyer						
1	Apakah anda sudah merasa puas menggunakan minyak kayu putih Cap Lang ?					

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini yang sesuai dengan pendapat anda tentang Loyalitas Merek pada produk minyak kayu putih sebagai berikut :

Keterangan : Bobot 1 = Sangat Tidak Suka (STS)
 2 = Kurang Suka (KS)
 3 = Cukup Suka (CS)
 4 = Suka (S)
 5 = Sangat Suka (SS)

No	Pertanyaan	Bobot				
		1	2	3	4	5
		STS	KS	CS	S	SS
4. Liking the Brand						
1	Apakah anda benar-benar menyukai merek minyak kayu putih Cap Lang ?					

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (√) pada kolom dibawah ini yang sesuai dengan pendapat anda tentang Loyalitas Merek pada produk minyak kayu putih sebagai berikut :

Keterangan : Bobot 1 = Sangat Tidak Pernah (STP)

2 = Kurang Pernah (KP)

3 = Cukup Pernah (CP)

4 = Pernah (P)

5 = Sangat Sering (SS)

No	Pertanyaan	Bobot				
		1	2	3	4	5
		TP	KP	CP	P	SP
5. Committed Buyer						
1	Apakah anda menyarankan dan mempromosikan ke orang lain untuk membeli merek minyak kayu putih Cap Lang					

Lampiran 2

DATA RESPONDEN

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Tempat Tinggal	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pengeluaran Perbulan	Masa Pakai	Jumlah
1	Joko Martono	1	4	11	3	3	4	2	26
2	Darmawan	1	1	11	3	1	1	2	18
3	Putra	1	2	11	3	1	1	2	19
4	Pratama	1	2	11	3	3	3	2	23
5	Tama	1	2	11	3	3	3	2	23
6	Mariam	2	4	11	3	2	3	2	25
7	Handayani	2	2	11	5	4	4	2	28
8	Bayu	1	2	11	5	4	4	2	27
9	Dwi	1	2	11	3	3	2	2	22
10	Saputra	1	2	11	3	3	2	2	22
11	Budi	1	2	11	3	3	2	4	22
12	Purwanto	1	2	11	3	3	3	4	23
13	Keyza	2	3	4	3	3	3	4	18
14	Putri	2	3	5	3	5	4	4	22
15	Martha	2	3	8	3	2	2	4	20
16	Lucia	2	3	8	3	5	3	4	24
17	Adinda	2	3	9	3	3	2	4	22
18	Sifa	2	1	9	2	1	1	3	16
19	Aulia	2	2	9	2	5	2	3	22
20	Yahya	1	2	10	3	3	3	3	22

21	Muhammad	1	3	10	3	3	2	3	22
22	Alfatih	1	1	10	2	1	1	3	16
23	Meiliana	2	4	6	3	5	2	3	22
24	Herry	1	4	12	3	3	3	3	26
25	Izatun	2	3	12	4	2	2	3	25
26	Nisa	2	3	6	4	2	3	3	20
27	Isau	1	3	12	3	3	2	3	24
28	Fransiskus	1	4	12	3	3	3	2	26
29	Radi	1	4	12	3	3	2	2	25
30	Kasmi	2	3	6	3	2	3	2	19
31	Alim	1	4	13	1	5	3	2	27
32	Farhan	1	3	13	2	5	3	3	27
33	Dava	1	4	13	1	5	4	3	28
34	Linda	2	3	5	4	5	4	3	23
35	Retno	2	4	5	5	4	2	3	22
36	Ariani	2	3	5	5	4	3	3	22
37	Siti	2	4	3	2	2	2	3	15
38	Fani	2	2	3	2	2	2	3	13
39	April	2	2	3	2	2	2	3	13
40	Salsabila	2	4	6	2	2	3	2	19
41	Fitri	2	3	6	3	2	3	2	19
42	Puspita	2	4	13	4	2	2	2	27
43	Sari	2	3	13	3	2	2	2	25
44	Hj. Mulyati	2	4	8	4	2	2	2	22
45	Anah	2	3	8	3	2	3	2	21
46	Reni	2	2	10	4	2	3	3	23
47	Endang	2	4	10	4	2	2	3	24

48	Lina	2	2	9	4	2	3	3	22
49	Anisa	2	2	9	4	2	2	2	21
50	Najwa	2	4	9	3	2	2	2	22
51	Susi	2	4	3	3	2	3	2	17
52	Indah	2	3	4	3	2	3	2	17
53	Lisa	2	2	4	3	2	2	2	15
54	Andriana	2	4	8	3	5	2	2	24
55	Eka	2	3	8	3	5	3	2	24
56	Aryo	1	2	3	3	3	2	2	14
57	Gerry	1	1	3	3	3	3	2	14
58	Aldi	1	4	5	3	3	3	2	19
59	Aldo	1	3	5	3	3	3	2	18
60	Bobi	1	2	7	3	3	2	2	18
61	Ririn	2	4	4	3	2	2	4	17
62	Sabia	2	3	5	3	2	2	4	17
63	Dina	2	2	7	3	2	2	4	18
64	Eva	2	4	9	3	5	3	4	26
65	Muzdalifah	2	3	9	3	5	3	4	25
66	Huga	1	2	1	3	3	3	4	13
67	Galen	1	1	1	3	3	2	4	11
68	Hidayat	1	4	1	3	3	2	3	14
69	Anton	1	3	7	3	3	3	3	20
70	Iqbal	1	2	7	3	3	3	3	19
71	Fina	2	3	2	3	2	3	3	15
72	Mukrimah	2	3	2	3	2	3	3	15
73	Januarini	2	4	2	3	2	2	3	15
74	Puspa	2	4	9	3	2	2	3	22

75	Jeni	2	3	8	3	2	2	3	20
76	Meita	2	3	5	3	2	2	3	17
77	Diah	2	3	5	3	2	2	3	17
78	Enjang	2	4	4	3	2	3	2	18
79	Permata	2	4	4	3	2	2	2	17
80	Safa	2	2	7	3	2	3	2	19
81	Eko	1	2	7	3	3	2	2	18
82	Lukman	1	2	8	3	3	3	3	20
83	Michael	1	3	8	3	5	2	3	22
84	Cristian	1	4	8	3	5	2	3	23
85	Sutrisno	1	3	4	3	3	2	3	16
86	Diana	2	4	9	3	2	2	3	22
87	Puji	2	3	4	3	2	3	3	17
88	Hj. Barkah	2	4	5	3	2	3	3	19
89	Mala	2	3	7	3	2	2	3	19
90	Sukaisih	2	4	2	3	2	2	2	15
91	Adelia	2	3	2	3	5	3	2	18
92	Tya	2	4	2	3	2	3	2	16
93	Lasmi	2	3	2	3	2	2	2	14
94	Dian	2	4	7	3	3	2	2	21
95	Felisia	2	3	7	3	3	2	2	20
96	Willy	1	4	1	3	3	2	3	14
97	Mahendra	1	3	1	3	3	3	3	14
98	Hartono	1	4	7	3	5	3	3	23
99	Arnold	1	3	4	3	5	3	2	19
100	Dedi	1	4	4	3	5	2	2	19
	Jumlah	160	299	704	305	290	250	270	2008

Lampiran 3

Profil Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	40	40%
2.	Perempuan	60	60%
	Jumlah	100	100%

No	Usia	Jumlah	Presentase
1.	> 15-20	5	5%
2.	> 21-30	25	25%
3.	> 31-40	36	36%
4.	≥ 40	34	34%
	Jumlah	100	100%

No	Tempat Tinggal	Jumlah	Presentase
1.	RT 001	5	5%
2.	RT 002	7	7%
3.	RT 003	6	6%
4.	RT 004	10	10%
5.	RT 005	10	10%
6.	RT 006	5	5%
7.	RT 007	10	10%
8.	RT 008	10	10%
9.	RT 009	10	10%
10.	RT 010	5	5%
11.	RT 011	12	12%
12.	RT 012	5	5%
13.	RT 013	5	5%
	Jumlah	100	100%

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1.	SD	2	2%
2.	SMP	8	8%
3.	SMA	77	77%
4.	D1/D2/D3	9	9%
5.	S1	4	4%
Jumlah		100	100%

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	Pelajar/mahasiswa	4	4%
2.	Ibu rumah tangga	42	42%
3.	Karyawan Swasta	32	32%
4.	Pegawai negeri	4	4%
5.	Wiraswasta	18	18%
Jumlah		100	100%

No	Pengeluaran per bulan	Jumlah	Presentase
1.	< Rp. 2.000.000	4	4%
2.	> Rp. 2.000.000 - 2.500.000	48	48%
3.	> Rp. 2.500.000 -3.000.000	42	42%
4.	> Rp. 3.000.000	6	6%
Jumlah		100	100%

No	Masa pakai	Jumlah	Persentase
1	< 3 bulan	0	0%
2	> 3 - 6 bulan	44	44%
3	> 6 - 12 bulan	42	42%
4	> 1 tahun	14	14%
Jumlah		100	100%

Tabulasi Persepsi Kualitas

No.	Kinerja		Pelayanan		Ketahanan		keandala		Karakteristik		kesesuaian		hasil		Total	Rata-Rata
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14		
1.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69	4.93
2.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	67	4.79
3.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	66	4.71
4.	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68	4.86
5.	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	63	4.50
6.	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	65	4.64
7.	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	61	4.36
8.	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	62	4.43
9.	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	66	4.71
10.	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	66	4.71
11.	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	60	4.29
12.	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	65	4.64
13.	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	63	4.50
14.	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	62	4.43
15.	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	66	4.71
16.	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	67	4.79
17.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68	4.86

18.	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	64	4.57
19.	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	65	4.64
20.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	2	63	4.50
21.	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	66	4.71
22.	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	64	4.57
23.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	66	4.71
24.	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	62	4.43
25.	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	65	4.64
26.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	67	4.79
27.	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	65	4.64
28.	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	64	4.57
29.	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	65	4.64
30.	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	66	4.71
31.	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	66	4.71
32.	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	49	3.50
33.	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	59	4.21
34.	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	2	52	3.71
35.	4	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	55	3.93
36.	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	59	4.21
37.	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	61	4.36
38.	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	65	4.64
39.	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	61	4.36
40.	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	64	4.57
41.	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	61	4.36

42.	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	67	4.79
43.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69	4.93
44.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	67	4.79
45.	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	67	4.79
46.	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	67	4.79
47.	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	65	4.64
48.	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	65	4.64
49.	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	63	4.50
50.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	5.00
51.	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	65	4.64
52.	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	67	4.79
53.	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	4.64
54.	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	66	4.71
55.	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	66	4.71
56.	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	64	4.57
57.	4	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	63	4.50
58.	4	5	4	5	5	3	5	4	4	4	5	5	4	5	62	4.43
59.	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	62	4.43
60.	4	5	3	5	5	4	4	4	5	5	3	5	4	5	61	4.36
61.	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	63	4.50
62.	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	64	4.57
63.	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	63	4.50
64.	3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	63	4.50
65.	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	3	5	61	4.36

90	5	5	5	5	5	5	3	2	4	2	4	5	3	5	58	4.14
91	3	3	5	2	5	2	3	2	2	2	4	4	3	5	45	3.21
92	3	5	5	5	5	2	3	2	2	2	5	5	3	5	52	3.71
93	3	3	3	4	2	2	5	2	2	4	5	2	3	3	43	3.07
94	5	3	3	3	2	2	3	2	2	4	5	2	3	5	44	3.14
95	5	5	5	5	2	2	5	2	5	5	4	2	3	5	55	3.93
96	3	2	3	5	3	2	5	2	5	4	4	2	5	5	50	3.57
97	3	2	3	2	3	2	5	5	5	5	4	4	5	5	53	3.79
98	2	2	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	53	3.79
99	2	2	5	3	3	5	2	4	4	4	4	4	4	5	51	3.64
100	2	2	3	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	3	53	3.79
Total	437	442	444	462	443	416	461	429	437	429	456	439	442	456		
Rata-Rata	4.37	4.42	4.44	4.62	4.43	4.16	4.61	4.29	4.37	4.29	4.56	4.39	4.42	4.56		
Validitas	0.589	0.629	0.341	0.514	0.606	0.666	0.502	0.653	0.551	0.498	0.245	0.591	0.530	0.353		

Tabulasi Kepentingan Atribut

No.	Kinerja		Pelayanan		Ketahanan		Keandalan		Karakteristik Produk		Kesesuaian dengan spesifikasi		Hasil		Total	Rata-Rata
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14		
1.	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69	4.93
2.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	67	4.79
3.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	66	4.71
4.	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68	4.86
5.	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	63	4.50
6.	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	65	4.64
7.	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	61	4.36
8.	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	62	4.43
9.	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	66	4.71
10.	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	66	4.71
11.	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	60	4.29
12.	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	65	4.64
13.	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	63	4.50
14.	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	62	4.43
15.	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	66	4.71
16.	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	67	4.79
17.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68	4.86
18.	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	64	4.57
19.	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	65	4.64

20.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	2	63	4.50
21.	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	66	4.71
22.	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	64	4.57
23.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	66	4.71
24.	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	62	4.43
25.	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	65	4.64
26.	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	67	4.79
27.	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	65	4.64
28.	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	64	4.57
29.	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	65	4.64
30.	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	66	4.71
31.	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	66	4.71
32.	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	49	3.50
33.	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	59	4.21
34.	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	2	52	3.71
35.	4	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	51	3.64
36.	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	59	4.21
37.	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	61	4.36
38.	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	65	4.64
39.	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	61	4.36
40.	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	64	4.57
41.	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	61	4.36
42.	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	67	4.79
43.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69	4.93

