

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengumpulan data dan hasil analisis distribusi frekuensi dan persentase dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Opini pelanggan tentang kualitas pelayanan pasca akuisisi PT Lotte Shopping Indonesia terhadap PT Makro Cash and Carry Yogyakarta adalah baik karena perhitungan nilai *mean* masuk pada kategori tinggi. Opini pelanggan tentang kualitas pelayanan PT LSI pasca terjadinya akuisisi terhadap PT Makro Cash and Carry diukur berdasarkan indikator-indikator “*what*” *factors* dan “*how*” *factors*.

Kualitas pelayanan *what factors* meliputi kualitas pelayanan yang berkaitan dengan produk, *assortment*, nilai harga, dan ketersediaan *store brand*. Hasil perhitungan *what factors* menunjukkan bahwa nilai *mean* (28,64) masuk dalam kategori tinggi. Hasil perhitungan per item menunjukkan bahwa *mean* tertinggi adalah item nomor 1 tentang kualitas produk yang menyatakan bahwa “Bagi saya kualitas produk yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta adalah baik” sebesar 4,27. *Mean* terendah item nomor 7 tentang *store brand* yang menyatakan bahwa “Bagi saya merek produk khusus dari PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta lebih murah dibanding produk yang sama di toko lain” sebesar 4,00. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa opini pelanggan tentang pelayanan PT. Lotte Shopping Indonesia dilihat

berdasarkan aspek *what factor*-nya adalah tinggi/baik atau bisa diinterpretasikan bahwa para pelanggan merasa kualitas pelayanan PT. Lotte Shopping Indonesia pasca akuisisi dilihat berdasarkan aspek *what factor*-nya telah memenuhi keinginan/harapan mereka.

2. Kualitas pelayanan berdasarkan aspek *How Factors* yang indikator-indikatornya adalah kemudahan dalam memilih produk, informasi dan bantuan dalam toko, kenyamanan, penyelesaian masalah (*problem resolution*), dan personalisasi. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *mean* (60,46) masuk dalam kategori tinggi. Dilihat per item *mean* tertinggi adalah item nomor 12 tentang informasi yang menyatakan “Bagi saya informasi tentang produk yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta cukup baik” sebesar 4,11. *Mean* terendah adalah item nomor 13 tentang bantuan dalam toko yang menyatakan bahwa “Bagi saya bantuan wiraniaga dalam mencari informasi tentang produk yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta cukup baik” sebesar 3,91. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa opini pelanggan terhadap kualitas pelayanan PT. LSI menurut aspek *How Factors* berdasarkan perhitungan *mean* dengan distribusi frekuensi adalah baik. Dengan demikian opini pelanggan tentang kualitas pelayanan PT. Lotte Shopping Indonesia dilihat berdasarkan aspek *how factor*-nya adalah tinggi atau dengan kata lain pelanggan menganggap bahwa kualitas pelayanan PT. Lotte Shopping Indonesia pasca akuisisi dilihat berdasarkan aspek *how factor*-nya telah memenuhi keinginan/harapan mereka.

3. Hasil analisis tabulasi silang menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara opini pelanggan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan (penghasilan), dan jenis pelanggan tentang kualitas pelayanan PT LSI berdasarkan aspek *what factor* maupun *how factors*. Semuanya menganggap bahwa kualitas pelayanan PT Lotte Shopping Indonesia pasca akuisisi adalah baik dan telah memenuhi keinginan/harapan pelanggan.

B. Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini pelanggan menganggap kualitas pelayanan PT. LSI pasca akuisisi adalah baik atau telah memenuhi harapan pelanggan, untuk itu kebijakan *customer relations* yang selama ini telah berjalan baik perlu dipertahankan. Meskipun demikian, ada beberapa pelanggan yang menjawab ragu-ragu sehingga bagi sebagian pelanggan kualitas pelayanan PT LSI masih ada yang belum seratus persen sesuai harapan mereka, lebih-lebih untuk item mengenai penataan barang (item 9), akses keluar dari lokasi (item 16), tanggapan terhadap keluhan (item 17), dan keramahan karyawan (item 19) masih ada satu pelanggan yang merasa tidak terpenuhi keinginannya. Untuk itu kualitas pelayanan, khususnya mengenai penataan barang, akses keluar, tanggapan terhadap keluhan, dan keramahan karyawan perlu dibenahi.
2. Kualitas pelayanan pasca akuisisi PT LSI terhadap PT Makro Cash and Carry dapat memenuhi keinginan pelanggan bisa jadi akibat hasil dari aktivitas

customer relations yang dilaksanakan oleh PT LSI pasca akuisisi. Untuk itu, diperlukan memasukkan riset opini pelanggan secara berkala ke dalam aktivitas *customer relation* untuk menentukan program- program perusahaan di masa mendatang.



DAFTAR PUSTAKA

- Alsa, Asmadi. 2007. *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif serta Kombinasinya dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anggoro, M. Linggar. 2000. *Teori & Profesi Kehumasan Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Argenti, A. Paul. 2007. *Corporate Communication: Fourth Edition*. Mc Graw Hill: Singapore.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta.
- Barton, Laurence. 1993. *Crisis in Organizations : Managing and Communicating in the Heat of Chaos*. Ohio : South-Western Publishing Co.
- Citrabroto, Suhartin. 1982. *Prinsip-Prinsip Berkomunikasi*. Jakarta: Bharata Bina Aksara.
- Cutlip, Scoot. M dan Allen H. Center. 2006. *Effective Public Relations: Edisi Kesembilan*. Prenada Media Group : Jakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Dimensi-dimensi Komunikasi*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., dan Miniard, Paul W. 1994. *Perilaku Pelanggan Jilid I*. (alih bahasa: Budiyanto, FX). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fatmawati, Indah. 2004. "Citra Rumah Sakit, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan – Studi Pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta". *Utilitas Vol. 12 No. 2 Juli 2004*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Grunig, James E dan Hunt, Todd. 1984. *Managing Public Relations*. Print in United States of America: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Handoko, T. Hani. 1995. *Manajemen*. Edisi II. Yogyakarta: BPFE.
- Jefkins, Frank. 1992. *Public Relations*. Jakarta : Penerbit Erlangga.

- Kamisa. 1997. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Kartika.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Relations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran – Analisa, Perencanaan dan Pengawasan Jilid I*. (alih bahasa: Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli). Jakarta: Erlangga.
- Lee, Monle & Johnson, Carla. 2004. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta : Prenada Media.
- Mangkunegara, A.A. Anwar Prabu. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Moore, H. Frazier. 2000. *Hubungan Masyarakat : Prinsip, Kasus, dan Masalah*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2006. *Pengantar Public Relations: Strategi Menjadi Humas Professional*. Ramdina Prakarsa: Tangerang.
- Muhammad, Arni. 2001. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pace, R. Wayne dan Faules, Don F. 2000. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Pratisto, Arif. 2004. *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rahmawati, Alni. 2004. “Kepemimpinan Transformasional: Minimalisasi Benturan Budaya Setelah Merger dan Akuisisi”. *Utilitas Vol. 12 No. 2 Juli 2004*. Yogyakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 1984. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN – JP*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riel, Cees B. M. Van. 1995. *Principles Of Corporate Communication*. Prentice Hall: Hertfordshire.
- Ruslan, Rosady SH, MM. 2007. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. PT.RajaGrafindo Persada : Jakarta.

- Singarimbun, M. dan Sofian Effendy. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Indonesia: LP3ES.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulaksana, Uyung. 2005. *Integrated Marketing Communication Teks dan Kasus*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Sunarjo dan Djoenaesih S. Sunarjo. 1995. *Himpunan Istilah Komunikasi*. Yogyakarta : Liberty
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Thoha, Miftah. 1983. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Radjawali Pers.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Wursanto, Ignasius. 1982. *Etika Komunikasi Kantor*. Yogyakarta: Kanisius.

Internet :

- Indocashregister.com. 2011. Lotte-shopping-akuisisi-makro-senilai-9-trilyun-mesin-kasir (Diakses 9 Oktober 2011) dari (www.indocashregister.com/lotte-shopping-akuisisi-makro-senilai-9-trilyun-mesin-kasir).
- Karimsyah. 2011. Imagescontent (Diakses 26 Juli 2011) dari (www.karimsyah/imagescontent/article/20050923100938.pdf)
- Medanbisnisdaily.com. 2011. (Diakses 5 Agustus 2011) dari (www.medanbisnisdaily.com/news/read/2011/04/26/30826/kepercayaan_nasa_bah_semakin_menipis)
- Wikipedia. 2011. Merger dan Akuisisi (Diakses 26 Juli 2011) dari (www.wikipedia.org/wiki/merger_dan_akuisisi)
- Wonkdermayu. 2011. Kuliah Hukum / Hukum Perusahaan (Diakses 5 Agustus 2011) dari (www.wonkdermayu.wordpress.com/kuliah_hukum/hukum_perusahaan)

KUESIONER

Karakteristik Responden

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan identitas anda dengan memberikan tanda silang (X) pada huruf yang telah disediakan:

1. Jenis Kelamin Anda :
A. Laki-laki B. Perempuan
2. Tingkat Pendidikan Anda :
A. Lulus SMA ke bawah (SMP, SD)
B. Diploma (D1, D2, D3, D4)
C. Sarjana (S1)
D. Pasca Sarjana (S2) atau di atasnya
3. Jenis Pekerjaan Anda
A. Karyawan Swasta
B. Wiraswasta/Pengusaha
C. PNS/POLRI/TNI/Pensiunan
D. Pelajar/Mahasiswa
E. Lain-lain (ibu rumah tangga, petani, nelayan, dsb.)
4. Tingkat Pendapatan Anda :
A. Di bawah Rp 2 juta per bulan
B. Di atas Rp 2 juta – Rp 3 juta per bulan
C. Di atas Rp 3 juta – Rp 5 juta per bulan
D. Di atas Rp 5 juta per bulan
5. Jenis Keanggotaan Pelanggan :
A. Retail
B. Horeka (Hotel, Restoran, Katering)
C. Service
D. End User

Opini Responden

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom yang telah disediakan dengan pilihan jawaban:

- SS : untuk jawaban Sangat Setuju
S : untuk jawaban Setuju
R : untuk jawaban Ragu-Ragu
TS : untuk jawaban Tidak Setuju
STS : untuk jawaban Sangat Tidak Setuju

No	Butir Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
	“What” Factors					
1	Bagi saya kualitas produk yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta adalah baik	SS	S	R	TS	STS
2	Bagi saya pilihan produk yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta adalah lengkap.	SS	S	R	TS	STS

3	Bagi saya keanekaragaman merek yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta adalah lengkap.	SS	S	R	TS	STS
4	bagi saya jumlah item yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta semakin banyak.	SS	S	R	TS	STS
5	Bagi saya harga produk yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta lebih murah dari toko lain.	SS	S	R	TS	STS
6	Bagi saya harga produk PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta telah sesuai dengan kualitasnya.	SS	S	R	TS	STS
7	Bagi saya merek produk khusus dari PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta lebih murah dibanding produk yang sama di toko lain.	SS	S	R	TS	STS
	“How” Factors					
8	Saya tidak kesulitan menemukan produk dan membandingkan dengan merek-merek lain di PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta.	SS	S	R	TS	STS
9	Bagi saya penataan barang yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta adalah baik	SS	S	R	TS	STS
10	Bagi saya rak pajangan produk yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta memudahkan memilih produk	SS	S	R	TS	STS
11	Bagi saya label harga produk yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta memudahkan untuk memilih merek.	SS	S	R	TS	STS
12	Bagi saya informasi tentang produk yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta cukup baik	SS	S	R	TS	STS
13	Bagi saya bantuan wiraniaga dalam mencari informasi tentang produk yang dijual PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta cukup baik	SS	S	R	TS	STS
14	Bagi saya kenyamanan di ruangan PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta cukup nyaman	SS	S	R	TS	STS
15	Bagi saya penataan parkir PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta cukup memadai	SS	S	R	TS	STS
16	Bagi saya untuk keluar dari lokasi PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta cukup cepat	SS	S	R	TS	STS
17	Bagi saya jika ada keluhan maka tanggapan PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta cukup baik	SS	S	R	TS	STS
18	Bagi saya jika ternyata barang saya tidak sesuai dengan yang saya inginkan bisa ditukar dengan baik	SS	S	R	TS	STS
19	Bagi saya sikap para karyawan PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta cukup ramah.	SS	S	R	TS	STS
20	Bagi saya pelayanan karyawan PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta memuaskan	SS	S	R	TS	STS
21	Bagi saya para karyawan PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta cukup rapi dalam berpakaian	SS	S	R	TS	STS
22	Bagi saya karyawan PT Lotte Shopping Indonesia Yogyakarta sopan melayani pembeli	SS	S	R	TS	STS

TABULASI DATA UJI COBA INSTRUMEN

	Wht1	Wht2	Wht3	Wht4	Wht5	Wht6	Wht7	Hw8	Hw9	Hw10	Hw11	Hw12	Hw13	Hw14	Hw15	Hw16	Hw17	Hw18	Hw19	Hw20	Hw21	Hw22
Resp_1	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
Resp_2	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	3	3	3	4
Resp_3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4
Resp_4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3
Resp_5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
Resp_6	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5
Resp_7	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
Resp_8	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5
Resp_9	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	3	3	4
Resp_10	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4
Resp_11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Resp_12	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4
Resp_13	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4
Resp_14	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
Resp_15	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
Resp_16	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Resp_17	3	3	4	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3
Resp_18	4	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4
Resp_19	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4
Resp_20	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
Resp_21	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
Resp_22	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4
Resp_23	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4
Resp_24	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3
Resp_25	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4
Resp_26	3	4	5	4	5	3	3	4	4	4	3	3	4	3	5	4	4	5	3	3	3	4
Resp_27	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
Resp_28	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4
Resp_29	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4
Resp_30	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

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
.776	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
What_1	23.37	6.516	.601	.726
What_2	23.23	7.220	.401	.766
What_3	23.20	6.303	.555	.736
What_4	23.37	6.930	.462	.755
What_5	23.17	7.247	.392	.767
What_6	23.37	6.516	.601	.726
What_7	23.50	6.879	.474	.752

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

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
.918	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
How_8	54.50	40.741	.552	.915
How_9	54.53	41.016	.486	.917
How_10	54.57	42.047	.510	.916
How_11	54.67	38.989	.719	.910
How_12	54.77	36.599	.843	.905
How_13	54.57	42.047	.510	.916
How_14	54.67	38.989	.719	.910
How_15	54.50	39.086	.601	.914
How_16	54.53	41.016	.486	.917
How_17	54.47	41.568	.413	.919
How_18	54.50	39.086	.601	.914
How_19	54.67	38.989	.719	.910
How_20	54.77	36.599	.843	.905
How_21	54.77	36.599	.843	.905
How_22	54.53	41.016	.486	.917



Frequency Table

What1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	1	1.0	1.0	1.0
	setuju	70	70.7	70.7	71.7
	sangat setuju	28	28.3	28.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

What2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	18	18.2	18.2	18.2
	setuju	57	57.6	57.6	75.8
	sangat setuju	24	24.2	24.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

What3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	18	18.2	18.2	18.2
	setuju	56	56.6	56.6	74.7
	sangat setuju	25	25.3	25.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

What4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	23	23.2	23.2	23.2
	setuju	50	50.5	50.5	73.7
	sangat setuju	26	26.3	26.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

What5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	11	11.1	11.1	11.1
	setuju	66	66.7	66.7	77.8
	sangat setuju	22	22.2	22.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

What6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	19	19.2	19.2	19.2
	setuju	52	52.5	52.5	71.7
	sangat setuju	28	28.3	28.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

What7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	24	24.2	24.2	24.2
setuju	51	51.5	51.5	75.8
sangat setuju	24	24.2	24.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	23	23.2	23.2	23.2
setuju	52	52.5	52.5	75.8
sangat setuju	24	24.2	24.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
ragu-ragu	29	29.3	29.3	30.3
setuju	38	38.4	38.4	68.7
sangat setuju	31	31.3	31.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	25	25.3	25.3	25.3
setuju	47	47.5	47.5	72.7
sangat setuju	27	27.3	27.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	26	26.3	26.3	26.3
setuju	44	44.4	44.4	70.7
sangat setuju	29	29.3	29.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	15	15.2	15.2	15.2
setuju	58	58.6	58.6	73.7
sangat setuju	26	26.3	26.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	36	36.4	36.4	36.4
setuju	36	36.4	36.4	72.7
sangat setuju	27	27.3	27.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	13	13.1	13.1	13.1
setuju	67	67.7	67.7	80.8
sangat setuju	19	19.2	19.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	5	5.1	5.1	5.1
setuju	69	69.7	69.7	74.7
sangat setuju	25	25.3	25.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
ragu-ragu	26	26.3	26.3	27.3
setuju	38	38.4	38.4	65.7
sangat setuju	34	34.3	34.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
ragu-ragu	29	29.3	29.3	30.3
setuju	41	41.4	41.4	71.7
sangat setuju	28	28.3	28.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	17	17.2	17.2	17.2
setuju	61	61.6	61.6	78.8
sangat setuju	21	21.2	21.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	1	1.0	1.0	1.0
ragu-ragu	23	23.2	23.2	24.2
setuju	45	45.5	45.5	69.7
sangat setuju	30	30.3	30.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How20

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	22	22.2	22.2	22.2
setuju	50	50.5	50.5	72.7
sangat setuju	27	27.3	27.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	27	27.3	27.3	27.3
setuju	43	43.4	43.4	70.7
sangat setuju	29	29.3	29.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

How22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ragu-ragu	25	25.3	25.3	25.3
setuju	54	54.5	54.5	79.8
sangat setuju	20	20.2	20.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Total What

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	25	2	2.0	2.0	2.0
	26	18	18.2	18.2	20.2
	27	17	17.2	17.2	37.4
	28	17	17.2	17.2	54.5
	29	14	14.1	14.1	68.7
	30	13	13.1	13.1	81.8
	31	4	4.0	4.0	85.9
	32	7	7.1	7.1	92.9
	33	1	1.0	1.0	93.9
	34	5	5.1	5.1	99.0
	35	1	1.0	1.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Total How

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	53	2	2.0	2.0	2.0
	54	6	6.1	6.1	8.1
	55	4	4.0	4.0	12.1
	56	4	4.0	4.0	16.2
	57	4	4.0	4.0	20.2
	58	7	7.1	7.1	27.3
	59	15	15.2	15.2	42.4
	60	10	10.1	10.1	52.5
	61	13	13.1	13.1	65.7
	62	5	5.1	5.1	70.7
	63	12	12.1	12.1	82.8
	64	5	5.1	5.1	87.9
	65	1	1.0	1.0	88.9
	66	4	4.0	4.0	92.9
	67	1	1.0	1.0	93.9
	68	2	2.0	2.0	96.0
	69	2	2.0	2.0	98.0
	72	2	2.0	2.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

What.Fctr * Jns.kel Crosstabulation

Count

		Jns.kel		Total
		laki-laki	perempuan	
What.Fctr	25	1	1	2
	26	2	16	18
	27	4	13	17
	28	8	9	17
	29	4	10	14
	30	2	11	13
	31	1	3	4
	32	1	6	7
	33	0	1	1
	34	0	5	5
	35	0	1	1
Total		23	76	99

What.Fctr * Tgkt.pen Crosstabulation

Count

		Tgkt.pen				Total
		SMA	Diploma	Sarjana	Pascasarjana	
What.Fctr	25	0	2	0	0	2
	26	8	3	6	1	18
	27	3	6	3	5	17
	28	5	5	4	3	17
	29	5	5	1	3	14
	30	7	2	3	1	13
	31	1	2	1	0	4
	32	3	1	3	0	7
	33	0	0	1	0	1
	34	4	1	0	0	5
	35	0	0	1	0	1
Total		36	27	23	13	99

What.Fctr * Pekerj Crosstabulation

Count

		Pekerj					Total
		Kry.swasta	Wirausaha	PNS/TNI/POLR I/Pens	Pljr/Mahasiswa	Lain-lain	
What.Fctr	25	1	1	0	0	0	2
	26	4	3	6	0	5	18
	27	4	6	5	0	2	17
	28	1	6	3	1	6	17
	29	6	5	1	2	0	14
	30	4	4	3	1	1	13
	31	1	1	1	0	1	4
	32	2	2	2	0	1	7
	33	0	1	0	0	0	1
	34	2	1	1	0	1	5
	35	0	0	1	0	0	1
Total		25	30	23	4	17	99

What.Fctr * Hasil Crosstabulation

Count

		Hasil				Total
		di bawah 2 jt	2 jt - 3 jt	di atas 3 jt - 5 jt	di atas 5 jt	
What.Fctr	25	0	2	0	0	2
	26	1	10	5	2	18
	27	3	4	5	5	17
	28	3	7	3	4	17
	29	5	3	2	4	14
	30	3	4	5	1	13
	31	0	3	1	0	4
	32	1	2	3	1	7
	33	0	0	0	1	1
	34	3	1	1	0	5
	35	0	0	1	0	1
Total		19	36	26	18	99

What.Fctr * Jns.plg Crosstabulation

Count

		Jns.plg				Total
		Retail	Horeka	Service	End user	
What.Fctr	25	1	1	0	0	2
	26	7	9	2	0	18
	27	10	4	2	1	17
	28	6	6	2	3	17
	29	3	6	2	3	14
	30	6	5	1	1	13
	31	3	1	0	0	4
	32	4	2	1	0	7
	33	1	0	0	0	1
	34	3	1	1	0	5
	35	0	1	0	0	1
Total		44	36	11	8	99

How.Fctr * Jns.kel Crosstabulation

Count

		Jns.kel		Total
		laki-laki	perempuan	
How.Fctr	53	1	1	2
	54	1	5	6
	55	2	2	4
	56	3	1	4
	57	1	3	4
	58	2	5	7
	59	2	13	15
	60	0	10	10
	61	4	9	13
	62	0	5	5
	63	3	9	12
	64	1	4	5
	65	0	1	1
	66	3	1	4
	67	0	1	1
	68	0	2	2
	69	0	2	2
	72	0	2	2
Total		23	76	99

How.Fctr * Tgkt.pen Crosstabulation

Count

		Tgkt.pen				Total
		SMA	Diploma	Sarjana	Pascasarjana	
How.Fctr	53	1	1	0	0	2
	54	1	2	1	2	6
	55	0	4	0	0	4
	56	0	1	3	0	4
	57	2	0	1	1	4
	58	1	3	1	2	7
	59	9	3	3	0	15
	60	5	3	1	1	10
	61	5	3	3	2	13
	62	3	1	0	1	5
	63	4	2	3	3	12
	64	0	3	1	1	5
	65	0	0	1	0	1
	66	2	0	2	0	4
	67	1	0	0	0	1
	68	1	0	1	0	2
	69	0	1	1	0	2
	72	1	0	1	0	2
Total		36	27	23	13	99

How.Fctr * Pekerj Crosstabulation

Count

		Pekerj				Lain-lain	Total
		Kry.swasta	Wirausaha	PNS/TNI/POLR I/Pens	Plijr/Mahasisw a		
How.Fctr 53	0	0	0	0	0	2	2
54	0	2	2	0	0	2	6
55	2	2	0	0	0	0	4
56	1	1	2	0	0	0	4
57	2	0	1	1	0	0	4
58	1	3	2	1	0	0	7
59	4	3	4	1	3	0	15
60	3	2	1	0	4	0	10
61	3	5	3	1	1	0	13
62	1	1	1	0	2	0	5
63	3	7	0	0	2	0	12
64	0	3	2	0	0	0	5
65	1	0	0	0	0	0	1
66	1	1	2	0	0	0	4
67	1	0	0	0	0	0	1
68	0	0	1	0	1	0	2
69	1	0	1	0	0	0	2
72	1	0	1	0	0	0	2
Total		25	30	23	4	17	99

How.Fctr * Hasil Crosstabulation

Count

		Hasil				Total
		di bawah 2 jt	2 jt - 3 jt	di atas 3 jt - 5 jt	di atas 5 jt	
How.Fctr 53	1	1	0	0	0	2
54	0	2	2	2	0	6
55	0	3	1	0	0	4
56	0	1	2	1	0	4
57	2	0	1	1	0	4
58	1	3	1	2	0	7
59	4	7	4	0	0	15
60	3	5	0	2	0	10
61	3	3	4	3	0	13
62	0	4	0	1	0	5
63	2	2	4	4	0	12
64	0	0	3	2	0	5
65	0	1	0	0	0	1
66	0	3	1	0	0	4
67	1	0	0	0	0	1
68	1	0	1	0	0	2
69	0	1	1	0	0	2
72	1	0	1	0	0	2
Total		19	36	26	18	99

How.Fctr * Jns.plg Crosstabulation

Count

		Jns.plg				Total
		Retail	Horeka	Service	End user	
How.Fctr	53	1	0	0	1	2
	54	1	4	1	0	6
	55	4	0	0	0	4
	56	2	2	0	0	4
	57	1	1	1	1	4
	58	3	3	0	1	7
	59	5	6	2	2	15
	60	4	3	2	1	10
	61	4	5	2	2	13
	62	3	2	0	0	5
	63	6	4	2	0	12
	64	3	2	0	0	5
	65	0	1	0	0	1
	66	3	1	0	0	4
	67	1	0	0	0	1
	68	1	0	1	0	2
	69	0	2	0	0	2
	72	2	0	0	0	2
Total		44	36	11	8	99