DAFTAR PUSTAKA

Aminah, Yudi Rafani dan Hariyani, 2017, Analisis Pengaruh Faktor Ketepatan Waktu Pengiriman Barang dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan, Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis, Volume 17, Nomor 2, ISSN: 2354-5682, STIE-IBEK Bangka Belitung.

Choirotunnisa, N. Rachma dan M. Hufron, 2018, Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Probolinggo, E-Jurnal Riset Manajemen, Fakultas Ekonomi Unisma.

Daryanto, 2011, Sari Kuliah Manajemen Pemasaran, PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, Bandung.

Fajar, Laksana, 2008, Manajemen Pemasaran, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.

Farhas, Rizqon Jamil, Samsir, dan Sri Restuti, 2016, Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Manajemen Pengetahuan dan Orientasi Pasar (Studi Pada Usaha Mikro Produk Makanan Khas Riau di Kota Pekanbaru), Jurnal Tepak Manajemen Bisnis, 164 Vol.VIII, No.1, Januari 2016, Universitas Riau

Ferdinand, Augusty, 2006, Metode Penelitian Manajemen, Edisi 2, BP Universitas Diponegoro, Semarang.

Ghozali, Imam, 2006, Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Cetakan IV, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

----------, 2012, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, Universitas Diponegoro, Yogyakarta.

Gronroos, C, 1992, Service Management and Marketing, Lexington Books, Massachusetts, Toronto.

Hadi, Syamsul, 2006, Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi Keuangan, Ekonisia, Yogyakarta.

Hurriyati, Ratih, 2015, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Alfabetha, Bandung.

Hani Handoko, 2010, Manajemen Personalia & Sumberdaya Manusia, Edisi kedua, BPFE UGM Yogyakarta.

Kasmir, 2005, Etika Customer Service, Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Krisnawati, Imilda, 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di J&T Express Cabang Nganjuk, Simki-Economic, Vol.01 No.2, Kediri.

Kotler, Philip, 1993, Manajemen Pemasaran, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, PT. Rosdakarya, Jakarta.

----------, 1995, Manajemen Pemasaran, Penerbit Erlangga, Jakarta.

----------, 2000, Manajemen Pemasaran, Edisi Mileinium, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

----------, 2001, Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, PT. Prehallindo, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2005, Prinsip-prinsip Pemasaran, Erlangga, Jakarta.

Kotler dan Keller, 2009, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi 13, Erlangga, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat, 2001, Manajemen Pemasaran: Analisis Jasa, Edisi Pertama., Salemba Empat, Jakarta.

----------, 2013, Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Edisi 3, Salemba Empat, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani, 2006, Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta.

Malau, Harman, 2017, Manajemen Pemasaran, Alfabeta, Bandung.

Payne, Adrian, 2008, Pemasaran Jasa, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Andi, Yogyakarta.

Rochaety E, dkk, 2007, Metodologi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS, Edisi Pertama. Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.

Rohman, Altofu dan Aglis Andhita H, 2017, Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman, Capital, Volume 1, Nomor 1, Universitas PGRI Madiun.

Stanton, William J, 2005, Prinsip Pemasaran, Cetakan Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Sudjana, 2005, Metoda Statistika, Tarsito, Bandung.

Sugiyono.2014. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D), Alfabeta, Bandung.

----------, 2016, Metode Peneliian Kombinasi (Mixed Methods), Edisi 8, Alfabeta, Bandung.

Suliyanto, 2006, Metode Riset Bisnis, Andi Offset, Yogyakarta.

Suparyanto dan Rosad, 2015, Manajemen Pemasaran, IN MEDIA, Bogor.

Supranto, Johannes, 2006, Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar, PT Asdi Mahasatya, Jakarta.

Suprihatmi, 2008, Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Manajemen Sumberdaya Manusia, Jurnal Ekonomi dan

Kewirausahaan, Vol.8 No.1, April 2008 :38-50, Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

Susilowati, Rini, 2006, Membangun Keunggulan Bersaing Melalui Penataan Internal Rumah Sakit (Studi Kasus di Rumah Sakit Umum Daerah Ungaran), Thesis, Universitas Diponegoro, Semarang.

Suyono,R.P., 2005, Shipping: Pengakutan Intermodal Ekspor Impor Melalui Laut, Penerbit PPM.

Swasta, Basu, 2000, Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern, Liberty, Jakarta.

Tjiptono, Fandy, 2001, Strategi Pemasaran, Edisi Pertama, Andi Ofset,.Yogyakarta.

----------, 2004, Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Andi, Yogyakarta.

----------, 2004, Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer, Penerbit Andi, Yogyakarta.

----------, 2009, *Service Marketing*: Esensi & Aplikasi, Penerbit: Marknesis, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy and Gregorius Chandra, 2007, Service, Quality Satisfaction, Andi Offset, Yogyakarta.

----------, 2009, Pemasaran Strategik, Andi Offset, Yogyakarta.

Uma Sekaran, 2006, Metodologi Penelitian untuk Bisnis, Edisi 4, Buku 1, Salemba Empat, Jakarta.

Wijaya, Toni, 2009, Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS, Universinas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta.

Wisnalmawati, 2005, Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Niat Pembelian Ulang, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, No. 3 Jilid 10 2005, h. 153-165.

Yazid, 2008, Pemasaran Jasa, Edisi Kedua, Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta.

Zeithaml. A, V. Parasuraman, A. *and* L. Berry L. 1985. "*Problems and Strategies in Services Marketing*",*Jurnal of Marketing,* Vol. 49. (Spring).

Badan Pusat Statistika, Pertumbuhan Sektor Pergudangan dan Jasa Penunjang Angkutan; Pos dan Kurir, 2014-2018, https://www.bps.go.id diakses 12 October 2018.

Jembatan Samudera - Sumber Informasi Referensi Ekspedisi, Daftar Exspedisi di Surabaya, http://denrian.blogspot.com/2016/05/daftar-exspedisi-di-surabaya.html diakses tanggal 12 October 2018.

REPUBLIKA.co.id, E-Commerce dan Infrastruktur Topang Laju Industri Logistik,

https://m.republika.co.id/amp/pcmmmk415 diakses tanggal 10 October 2018.

Lampiran 1 : Surat Keterangan Izin Penelitian

PT. MASTRA GOLDEN INTERNASIONAL

JL. NGAGEL JAYA SELATAN II/12 SURABAYA 60284 INDONESIA
Telp. (031) 99440803 Email: zexpress@yahoo.com

Worldwide Express Courier & Cargo

Surat Keterangan

No. 046/MGT-Z/III/2019

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: Mey Suryaningrum Putri
NIM	: 15-150-0016
Fakultas	: Ekonomi
	Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Jurusan	: Manajemen

Telah melakukan penelitian di PT. Mastra Golden Internasional terhitung mulai tangal 20 Januari hingga 28 Februari 2019 untuk kepentingan skripsi/tugas akhir dengan judul : "PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PT. MASTRA GOLDEN INTERNASIONAL".

Demikian informasi ini kami berikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Surabaya, 10 April 2019
PT. Mastra Golden Internasional

St. Setyo Nugroho
Branch Manager

Lampiran 2 : Kuesioner

Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Saudara/i
Pelanggan PT. Mastra Golden Internasional
Di tempat.

Dengan hormat,

Sehubungan untuk memenuhi kelengkapan penyusunan skripsi, saya bermaksud mengadakan penelitian pada perusahaan PT. Mastra Golden Internasional dengan judul **"Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Ketepatan Waktu Terhadap Keunggulan Bersaing pada PT. Mastra Golden Internasional"**. Sebagai salah satu syarat untuk mengikuti ujian sarjana pada Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Maka dengan segala kerendahan hati penulis, memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk sedikit meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner yang telah dilampirkan.

Penelitian ini semata-mata bersifat ilmiah dan hanya dipergunakan untuk keperluan penyusunan skripsi. Disamping itu juga, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi penulis.

Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab semua pertanyaan yang ada secara jujur dan terbuka, mengingat data yang saya perlukan sangat besar sekali artinya. Peneliti menjamin kerahasiaan identitas dan setiap jawaban responden.

Atas segala bantuan dan partisipasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Mey Suryaningrum Putri

A. Data Responden

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi data berikut terlebih dahulu. (jawaban yang diberikan akan diperlakukan secara rahasia).

1. Nama : ……
2. Umur : ……
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Bapak/Ibu/Saudara/i dapat memberikan tanda centang (√) pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Setiap pertanyaan mengharapkan hanya ada satu jawaban. Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala *Likert*, yaitu :

Sangat Setuju	(SS)	= 5
Setuju	(S)	= 4
Netral	(N)	= 3
Tidak setuju	(TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	= 1

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya oleh karena itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya dan seobjektif mungkin.

Promosi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	a. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)					
1.	PT. Mastra Golden Internasional memberikan harga khusus atau diskon untuk konsumennya.					
2.	PT. Mastra Golden Internasional melakukan promosi atau penawaran melalui telephon ,*email*,dll.					
	b. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)					
1.	Bagian pemasaran sering menawarkan jasa pengiriman secara langsung kepada saya.					
2.	Saya lebih yakin dengan orang yang menyampaikan langsung informasi tentang jasa pengiriman daripada melalui iklan.					
	c. Publisitas dan Hubungan Masyarakat (*Publicity and PublicRelations*)					
1.	Berita mengenai PT. Mastra Golden Internasional dapat ditemukan diberbagai media.					
2.	Media sosial selalu cepat dalam update mengenai promosi.					

	d. Pemasaran Langsung dan Interaktif (*Direct Marketing*)					
1.	Saya mendapat penawaran jasa pengiriman melalui telemarketing oleh tenaga pemasar PT. Mastra Golden Internasional.					
2.	Informasi dari penjelasan yang diberikan menarik, jelas, dan sesuai dengan kenyataan sehingga saya berminat menggunakannya.					

Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	a. Bukti Langsung					
1.	Karyawan berpenampilan rapi dan sopan.					
2.	Fasilitas ruang pelayanan bersih, rapi dan memadai.					
	b. Kehandalan					
1.	Kecepatan dalam pelayanan.					
2.	Kesesuaian perhitungan tagihan dengan berat barang dan jarak pengiriman.					
	c. Ketanggapan					
1.	Keterampilan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan.					
2.	Kesediaan karyawan untuk menghubungi kembali apabila ada					

	masalah pengiriman.					
	d. Jaminan & Kepastian					
1.	Jaminan keamanan pengiriman barang.					
2.	Jaminan penggantian atas kerugian jika terjadi kerusakan/kehilangan kiriman dokumen akibat kesalahan PT. Mastra Golden Internasional.					
	e. Perhatian					
1.	Sikap dan kecepatan karyawan dalam memberikan informasi dan solusi atas keluhan dari pelanggan yang melalui perangkat komunikasi telepon dan internet.					
2.	Memberikan pelayanan sesuai standar dengan tidak membeda-bedakan pelanggan dalam hal perbedaan jenis kelamin (*gender*).					

Ketepatan Waktu

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	a. Transportasi Yang Digunakan					
1.	Keadaan fisik kendaraan pengangkut dalam keadaan baik dan layak.					
2.	Tersedia fasilitas kendaraan sesuai permintaan pelanggan					

	(motor, mobil, truk, dan lain sebagainya).					
	b. Estimasi Barang Sampai ke Penerima					
1.	Penyerahan kiriman tepat waktu dan sesuai dengan orang yang menerimanya.					
2.	Estimasi barang sampai ke penerima sesuai janji yang diberikan kepada pelanggan.					
	c. Jarak yang Ditempuh					
1.	Estimasi jarak yang ditempuh dengan pengiriman barang sudah sesuai dan benar.					
2.	Ketepatan pengiriman dengan jarak yang ditempuh.					

Keunggulan Bersaing

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	a. Mutu					
1.	Efektifitas dari segi waktu, biaya dan juga energi.					
2.	*Customer service* tanggap dan cepat dalam melayani.					
	b. Pelayanan					
1.	Tindakan cepat dan tanggap atas keluhan (*complaint)* yang dilakukan pelanggan.					
2.	Keramahan dan kesopanan pihak					

	karyawan dalam melayani pelanggan yang datang maupun via telepon.					
	c. Biaya					
1.	Harga pengiriman yang lebih murah dari pesaing yang lainnya.					
2.	Harga sesuai dengan barang yang dikirim dan jarak pengiriman.					
	d. Keluwesan					
1.	Perusahaan sensitif terhadap perubahan permintaan pelanggan.					
2.	Perusahaan bergerak cepat dalam mengembangkan pelayanan jasa pengiriman dibanding dengan pesaing lainnya.					

Lampiran 3 Rekapitulasi Data

Responden	Promosi (X1)								X1_Total
	X1.1_1	X1.1_2	X1.2_1	X1.2_2	X1.3_1	X1.3_2	X1.4_1	X1.4_2	
Res_1	3	4	3	4	3	5	3	3	28
Res_2	3	4	4	4	3	3	3	3	27
Res_3	4	4	5	4	4	4	4	4	33
Res_4	5	2	4	3	5	5	5	4	33
Res_5	3	4	3	3	3	3	3	3	25
Res_6	4	5	4	4	4	4	4	4	33
Res_7	4	2	5	4	4	4	4	4	31
Res_8	3	4	5	4	3	3	3	3	28
Res_9	4	4	5	5	4	4	4	3	33
Res_10	4	3	4	4	4	4	4	4	31
Res_11	3	5	4	4	3	5	3	5	32
Res_12	3	4	3	4	3	3	5	3	28
Res_13	4	4	2	4	4	4	4	4	30
Res_14	5	4	4	4	3	3	3	3	29
Res_15	3	5	4	5	3	3	3	3	29
Res_16	4	5	5	4	4	4	4	3	33
Res_17	4	4	5	4	4	4	4	3	32
Res_18	4	5	4	4	4	4	4	4	33

Res_19	3	4	4	3	3	3	3	4	27
Res_20	4	5	5	5	4	4	4	5	36
Res_21	4	3	3	5	4	4	4	4	31
Res_22	4	5	5	5	4	4	4	4	35
Res_23	4	3	5	3	4	4	4	4	31
Res_24	5	3	3	4	2	2	2	2	23
Res_25	4	1	5	5	4	4	4	4	31
Res_26	4	3	3	3	4	4	5	3	29
Res_27	3	4	5	4	3	5	3	3	30
Res_28	3	3	4	3	3	3	3	3	25
Res_29	4	5	5	3	4	4	4	4	33
Res_30	5	4	3	4	5	5	5	4	35
Res_31	3	4	3	5	3	3	3	3	27
Res_32	4	5	4	3	4	4	4	5	33
Res_33	4	3	3	3	4	4	4	4	29
Res_34	3	3	5	3	3	3	3	3	26
Res_35	4	3	3	4	4	4	4	3	29
Res_36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_37	5	2	4	5	3	3	3	4	29
Res_38	3	4	3	3	3	3	3	3	25
Res_39	5	5	3	4	4	4	4	4	33
Res_40	4	4	4	3	4	4	4	4	31
Res_41	3	5	3	3	3	3	3	3	26

Res_42	3	3	4	4	4	4	4	3	29
Res_43	4	4	3	5	4	4	4	4	32
Res_44	4	4	4	4	4	4	4	5	33
Res_45	4	5	5	3	3	3	3	3	29
Res_46	4	3	3	4	4	4	4	4	30
Res_47	4	3	3	3	4	4	4	4	29
Res_48	3	3	3	3	3	3	3	5	26
Res_49	4	4	3	4	4	4	5	4	32
Res_50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_51	3	3	4	3	3	3	3	3	25
Res_52	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Res_53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_54	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Res_55	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Res_56	3	4	3	3	4	4	4	4	29
Res_57	3	3	3	3	3	3	3	4	25
Res_58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_59	3	4	4	3	4	4	4	3	29
Res_60	3	4	4	3	4	4	4	4	30
Res_61	5	4	4	4	4	5	4	4	34

Responden	Kualitas Pelayanan (X2)										X2_Total
	X2.1_1	X2.1_2	X2.2_1	X2.2_2	X2.3_1	X2.3_2	X2.4_1	X2.4_2	X2.5_1	X2.5_2	
Res_1	4	3	3	3	5	3	3	5	3	4	36
Res_2	4	3	3	5	4	3	3	3	4	5	37
Res_3	4	4	3	2	4	2	1	1	2	4	27
Res_4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	35
Res_5	3	4	3	3	4	3	2	3	3	4	32
Res_6	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	29
Res_7	4	3	4	4	3	3	5	5	3	4	38
Res_8	3	5	5	4	4	3	4	3	4	3	38
Res_9	2	2	1	2	4	3	4	3	5	3	29
Res_10	3	4	3	3	4	4	5	4	3	4	37
Res_11	2	2	2	2	5	3	3	3	3	4	29
Res_12	3	2	3	3	4	2	1	1	2	4	25
Res_13	3	3	4	4	4	5	3	3	4	3	36
Res_14	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	33
Res_15	4	5	4	4	4	1	2	2	1	5	32
Res_16	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	32
Res_17	2	2	2	2	5	5	5	3	4	4	34
Res_18	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	41
Res_19	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	35
Res_20	3	5	5	4	4	4	3	4	4	3	39
Res_21	1	1	1	1	3	4	4	3	5	3	26

Res_22	2	3	2	3	5	5	4	4	4	4	36
Res_23	4	4	5	3	5	5	5	5	3	4	43
Res_24	3	2	3	3	5	4	3	3	4	5	35
Res_25	5	4	3	5	1	4	3	3	3	4	35
Res_26	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	33
Res_27	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
Res_28	3	5	5	4	2	5	4	2	2	2	34
Res_29	2	3	5	5	2	4	4	4	4	4	37
Res_30	3	5	3	5	4	4	4	4	5	3	40
Res_31	4	2	4	3	4	3	3	5	3	3	34
Res_32	5	4	4	5	5	3	3	3	3	3	38
Res_33	3	5	5	2	5	4	4	4	4	4	40
Res_34	4	3	5	4	3	5	5	5	5	4	43
Res_35	4	5	3	4	5	3	3	3	3	3	36
Res_36	5	2	4	5	2	4	4	4	4	5	39
Res_37	5	4	2	3	4	4	4	4	4	4	38
Res_38	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	36
Res_39	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	38
Res_40	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	42
Res_41	4	5	4	5	5	5	5	3	3	4	43
Res_42	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	32

Res_43	5	3	2	2	4	5	4	4	4	4	37
Res_44	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
Res_45	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	33
Res_46	4	3	4	2	2	3	4	4	4	3	33
Res_47	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	37
Res_48	3	2	5	4	4	4	4	4	4	5	39
Res_49	1	2	2	1	2	4	3	3	3	3	24
Res_50	5	5	3	2	2	4	4	4	4	4	37
Res_51	4	3	2	5	4	4	4	4	4	4	38
Res_52	3	1	2	2	1	3	3	3	3	5	26
Res_53	4	5	5	3	2	4	4	4	5	4	40
Res_54	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	41
Res_55	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
Res_56	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
Res_57	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
Res_58	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
Res_59	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	32
Res_60	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	37
Res_61	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	33

Responden	Ketepatan Waktu (X3)						X3_Total
	X3.1_1	X3.1_2	X3.2_1	X3.2_2	X3.3_1	X3.3_2	
Res_1	3	3	4	3	3	4	20
Res_2	3	5	5	4	4	5	26
Res_3	4	4	3	4	4	3	22
Res_4	3	3	4	4	4	5	23
Res_5	3	5	5	5	5	5	28
Res_6	4	4	3	5	5	4	25
Res_7	5	5	4	5	5	4	28
Res_8	5	5	4	4	4	4	26
Res_9	5	3	5	4	4	4	25
Res_10	5	3	3	4	4	2	21
Res_11	4	4	3	3	2	4	20
Res_12	3	4	4	4	3	4	22
Res_13	4	4	3	3	3	4	21
Res_14	4	4	4	4	4	4	24
Res_15	3	4	5	5	5	5	27
Res_16	5	5	3	4	4	4	25
Res_17	3	3	5	5	5	4	25
Res_18	4	3	4	3	3	4	21
Res_19	3	3	2	5	5	5	23

Res_20	4	4	5	5	4	4	26
Res_21	5	5	4	5	5	5	29
Res_22	3	5	5	5	5	4	27
Res_23	4	4	4	4	3	3	22
Res_24	3	5	5	5	4	3	25
Res_25	4	5	3	4	4	4	24
Res_26	4	5	4	3	3	4	23
Res_27	5	4	3	5	3	4	24
Res_28	5	2	2	1	1	2	13
Res_29	4	4	4	5	3	4	24
Res_30	5	3	3	4	4	4	23
Res_31	3	3	5	3	3	5	22
Res_32	4	4	3	4	5	3	23
Res_33	4	4	4	5	5	3	25
Res_34	5	5	5	5	5	5	30
Res_35	5	3	4	3	5	4	24
Res_36	5	2	2	5	3	4	21
Res_37	4	2	5	4	2	2	19
Res_38	4	4	3	4	4	4	23
Res_39	5	5	5	5	5	5	30
Res_40	5	2	2	4	3	2	18
Res_41	4	4	3	5	3	4	23
Res_42	3	5	3	4	5	3	23

Res_43	5	3	3	5	4	4	24
Res_44	3	3	4	5	3	4	22
Res_45	3	5	3	4	5	4	24
Res_46	3	5	4	3	4	4	23
Res_47	3	3	3	4	4	5	22
Res_48	2	5	3	5	5	3	23
Res_49	4	4	3	4	3	5	23
Res_50	4	5	3	3	3	4	22
Res_51	4	4	4	4	4	5	25
Res_52	3	3	3	3	3	3	18
Res_53	4	4	4	4	3	4	23
Res_54	5	4	4	4	4	4	25
Res_55	3	3	3	3	4	3	19
Res_56	3	3	3	3	3	3	18
Res_57	4	4	4	4	4	4	24
Res_58	3	3	3	3	3	3	18
Res_59	3	3	3	3	3	3	18
Res_60	3	4	3	4	3	3	20
Res_61	3	3	3	3	3	3	18

Responden	Keunggulan Bersaing (Y)								Y_Total
	Y.1_1	Y.1_2	Y.2_1	Y.2_2	Y.3_1	Y3_2	Y.4_1	Y.4_2	
Res_1	3	4	3	3	3	3	5	3	27
Res_2	3	4	3	3	5	3	3	3	27
Res_3	4	4	4	3	2	4	4	4	29
Res_4	4	4	4	5	3	5	5	5	35
Res_5	4	3	4	3	3	3	3	3	26
Res_6	4	3	2	3	2	4	4	4	26
Res_7	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Res_8	3	3	5	5	4	3	3	3	29
Res_9	4	2	2	1	2	4	4	4	23
Res_10	4	3	4	3	3	4	4	4	29
Res_11	3	2	2	2	2	3	5	3	22
Res_12	3	3	2	3	3	3	3	5	25
Res_13	4	3	3	4	4	4	4	4	30
Res_14	3	2	2	3	2	3	3	3	21
Res_15	3	4	5	4	4	3	3	3	29
Res_16	3	3	3	2	3	4	4	4	26
Res_17	3	2	2	2	2	4	4	4	23
Res_18	4	5	5	4	4	4	4	4	34
Res_19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Res_20	3	3	5	5	4	4	4	4	32
Res_21	4	1	1	1	1	4	4	4	20

Res_22	4	2	3	2	3	4	4	4	26
Res_23	4	4	4	5	3	4	4	4	32
Res_24	2	3	2	3	3	2	2	2	19
Res_25	4	5	4	3	5	4	4	4	33
Res_26	4	4	4	5	3	4	4	5	33
Res_27	3	3	5	3	3	3	5	3	28
Res_28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Res_29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_30	4	5	5	5	4	5	5	5	38
Res_31	4	3	3	3	3	3	3	3	25
Res_32	4	4	4	4	5	4	4	4	33
Res_33	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Res_34	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Res_35	4	4	4	4	3	4	4	4	31
Res_36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_37	4	3	3	3	4	3	3	3	26
Res_38	4	3	3	3	3	3	3	3	25
Res_39	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Res_42	3	4	4	4	3	4	4	4	30

Res_43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_44	4	4	4	4	5	4	4	4	33
Res_45	4	3	3	3	3	3	3	3	25
Res_46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_47	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Res_48	3	3	3	3	5	3	3	3	26
Res_49	4	4	4	5	4	4	4	5	34
Res_50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_51	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Res_52	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Res_53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_54	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Res_55	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Res_56	3	4	4	4	4	4	4	4	31
Res_57	3	3	3	3	4	3	3	3	25
Res_58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Res_59	3	4	4	4	3	4	4	4	30
Res_60	3	4	4	4	4	4	4	4	31
Res_61	4	4	5	4	4	4	5	4	34

Lampiran 4 : Distribusi Frequensi Jawaban Responden

1. Variabel Promosi (X_1)

X1.1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	24	39,3	39,3	39,3
	4,00	30	49,2	49,2	88,5
	5,00	7	11,5	11,5	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X1.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,6	1,6	1,6
	2,00	3	4,9	4,9	6,6
	3,00	18	29,5	29,5	36,1
	4,00	27	44,3	44,3	80,3
	5,00	12	19,7	19,7	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X1.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,6	1,6	1,6
	3,00	23	37,7	37,7	39,3
	4,00	23	37,7	37,7	77,0
	5,00	14	23,0	23,0	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X1.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	24	39,3	39,3	39,3
	4,00	28	45,9	45,9	85,2
	5,00	9	14,8	14,8	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X1.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,6	1,6	1,6
	3,00	23	37,7	37,7	39,3
	4,00	35	57,4	57,4	96,7
	5,00	2	3,3	3,3	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X1.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,6	1,6	1,6
	3,00	20	32,8	32,8	34,4
	4,00	34	55,7	55,7	90,2
	5,00	6	9,8	9,8	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X1.4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,6	1,6	1,6
	3,00	22	36,1	36,1	37,7
	4,00	33	54,1	54,1	91,8
	5,00	5	8,2	8,2	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X1.4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,6	1,6	1,6
	3,00	25	41,0	41,0	42,6
	4,00	30	49,2	49,2	91,8
	5,00	5	8,2	8,2	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

X2.1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	3,3	3,3	3,3
	2,00	6	9,8	9,8	13,1
	3,00	23	37,7	37,7	50,8
	4,00	21	34,4	34,4	85,2
	5,00	9	14,8	14,8	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X2.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	3,3	3,3	3,3
	2,00	12	19,7	19,7	23,0
	3,00	18	29,5	29,5	52,5
	4,00	15	24,6	24,6	77,0
	5,00	14	23,0	23,0	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X2.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	3,3	3,3	3,3
	2,00	10	16,4	16,4	19,7
	3,00	17	27,9	27,9	47,5
	4,00	20	32,8	32,8	80,3
	5,00	12	19,7	19,7	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X2.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	3,3	3,3	3,3
	2,00	13	21,3	21,3	24,6
	3,00	20	32,8	32,8	57,4
	4,00	16	26,2	26,2	83,6
	5,00	10	16,4	16,4	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X2.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	3,3	3,3	3,3
	2,00	7	11,5	11,5	14,8
	3,00	11	18,0	18,0	32,8
	4,00	29	47,5	47,5	80,3
	5,00	12	19,7	19,7	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X2.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,6	1,6	1,6
	2,00	2	3,3	3,3	4,9
	3,00	23	37,7	37,7	42,6
	4,00	25	41,0	41,0	83,6
	5,00	10	16,4	16,4	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X2.4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	3,3	3,3	3,3
	2,00	2	3,3	3,3	6,6
	3,00	22	36,1	36,1	42,6
	4,00	28	45,9	45,9	88,5
	5,00	7	11,5	11,5	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X2.4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	3,3	3,3	3,3
	2,00	2	3,3	3,3	6,6
	3,00	26	42,6	42,6	49,2
	4,00	26	42,6	42,6	91,8
	5,00	5	8,2	8,2	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X2.5_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,6	1,6	1,6
	2,00	3	4,9	4,9	6,6
	3,00	26	42,6	42,6	49,2
	4,00	26	42,6	42,6	91,8
	5,00	5	8,2	8,2	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X2.5_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,6	1,6	1,6
	3,00	24	39,3	39,3	41,0
	4,00	30	49,2	49,2	90,2
	5,00	6	9,8	9,8	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

3. Variabel Ketepatan Waktu (X_3)

X3.1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,6	1,6	1,6
	3,00	23	37,7	37,7	39,3
	4,00	21	34,4	34,4	73,8
	5,00	16	26,2	26,2	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X3.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	6,6	6,6	6,6
	3,00	19	31,1	31,1	37,7
	4,00	21	34,4	34,4	72,1
	5,00	17	27,9	27,9	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X3.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	6,6	6,6	6,6
	3,00	26	42,6	42,6	49,2
	4,00	19	31,1	31,1	80,3
	5,00	12	19,7	19,7	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X3.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,6	1,6	1,6
	3,00	15	24,6	24,6	26,2
	4,00	25	41,0	41,0	67,2
	5,00	20	32,8	32,8	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X3.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,6	1,6	1,6
	2,00	2	3,3	3,3	4,9
	3,00	22	36,1	36,1	41,0
	4,00	20	32,8	32,8	73,8
	5,00	16	26,2	26,2	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

X3.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	4	6,6	6,6	6,6
	3,00	14	23,0	23,0	29,5
	4,00	31	50,8	50,8	80,3
	5,00	12	19,7	19,7	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

4. Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Y.1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,6	1,6	1,6
	3,00	25	41,0	41,0	42,6
	4,00	33	54,1	54,1	96,7
	5,00	2	3,3	3,3	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

Y.1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,6	1,6	1,6
	2,00	5	8,2	8,2	9,8
	3,00	24	39,3	39,3	49,2
	4,00	28	45,9	45,9	95,1
	5,00	3	4,9	4,9	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

Y.2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,6	1,6	1,6
	2,00	7	11,5	11,5	13,1
	3,00	20	32,8	32,8	45,9
	4,00	26	42,6	42,6	88,5
	5,00	7	11,5	11,5	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

Y.2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	3,3	3,3	3,3
	2,00	4	6,6	6,6	9,8
	3,00	25	41,0	41,0	50,8
	4,00	23	37,7	37,7	88,5
	5,00	7	11,5	11,5	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

Y.3_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	1,6	1,6	1,6
	2,00	6	9,8	9,8	11,5
	3,00	25	41,0	41,0	52,5
	4,00	24	39,3	39,3	91,8
	5,00	5	8,2	8,2	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

Y.3_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,6	1,6	1,6
	3,00	23	37,7	37,7	39,3
	4,00	35	57,4	57,4	96,7
	5,00	2	3,3	3,3	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

Y.4_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,6	1,6	1,6
	3,00	20	32,8	32,8	34,4
	4,00	34	55,7	55,7	90,2
	5,00	6	9,8	9,8	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

Y.4_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	1,6	1,6	1,6
	3,00	22	36,1	36,1	37,7
	4,00	33	54,1	54,1	91,8
	5,00	5	8,2	8,2	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

Lampiran 5 : Output SPSS Uji Validitas

1. Variabel Promosi (X1)

Correlations

		X1.1_1	X1.1_2	X1.2_1	X1.2_2	X1.3_1	X1.3_2	X1.4_1	X1.4_2	X1_Total
X1.1_1	Pearson Correlation	1	,591**	,436**	,536**	,520**	,636**	,559**	,466**	,735**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.1_2	Pearson Correlation	,591**	1	,544**	,953**	,665**	,612**	,931**	,724**	,938**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.2_1	Pearson Correlation	,436**	,544**	1	,473**	,389**	,386**	,461**	,765**	,622**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,002	,002	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.2_2	Pearson Correlation	,536**	,953**	,473**	1	,626**	,663**	,928**	,734**	,920**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.3_1	Pearson Correlation	,520**	,665**	,389**	,626**	1	,536**	,607**	,595**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000		,000	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.3_2	Pearson Correlation	,636**	,612**	,386**	,663**	,536**	1	,592**	,425**	,752**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000		,000	,001	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.4_1	Pearson Correlation	,559**	,931**	,461**	,928**	,607**	,592**	1	,718**	,902**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X1.4_2	Pearson Correlation	,466**	,724**	,765**	,734**	,595**	,425**	,718**	1	,771**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000		,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61

X1_Total	Pearson Correlation	,735**	,938**	,622**	,920**	,773**	,752**	,902**	,771**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations

		X2.1_1	X2.1_2	X2.2_1	X2.2_2	X2.3_1	X2.3_2	X2.4_1	X2.4_2	X2.5_1	X2.5_2	X2_Total
X2.1_1	Pearson Correlation	1	,382**	,470**	,462**	,375**	,479**	,336**	,331**	,450**	,410**	,610**
	Sig. (2-tailed)		,002	,000	,000	,003	,000	,008	,009	,000	,001	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X2.1_2	Pearson Correlation	,382**	1	,554**	,652**	,519**	,440**	,507**	,480**	,653**	,377**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X2.2_1	Pearson Correlation	,470**	,554**	1	,528**	,737**	,435**	,453**	,472**	,442**	,369**	,716**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,000

	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X2.2_2	Pearson Correlation	,462**	,652**	,528**	1	,617**	,576**	,657**	,667**	,797**	,389**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X2.3_1	Pearson Correlation	,375**	,519**	,737**	,617**	1	,529**	,508**	,612**	,537**	,338**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,008	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X2.3_2	Pearson Correlation	,479**	,440**	,435**	,576**	,529**	1	,507**	,420**	,551**	,381**	,717**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,000	,002	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X2.4_1	Pearson Correlation	,336**	,507**	,453**	,657**	,508**	,507**	1	,429**	,618**	,356**	,724**
	Sig. (2-	,008	,000	,000	,000	,000	,000		,001	,000	,005	,000

	tailed)											
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X2.4_2	Pearson Correlation	,331**	,480**	,472**	,667**	,612**	,420**	,429**	1	,616**	,461**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,009	,000	,000	,000	,000	,001	,001		,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X2.5_1	Pearson Correlation	,450**	,653**	,442**	,797**	,537**	,551**	,618**	,616**	1	,392**	,824**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,002	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
X2.5_2	Pearson Correlation	,410**	,377**	,369**	,389**	,338**	,381**	,356**	,461**	,392**	1	,615**
	Sig. (2-tailed)	,001	,003	,003	,002	,008	,002	,005	,000	,002		,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61

X2_Total	Pearson Correlation	,610**	,759**	,716**	,862**	,783**	,717**	,724**	,751**	,824**	,615**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Variabel Ketepatan Waktu (X3)

Correlations

		X3.1_1	X3.1_2	X3.2_1	X3.2_2	X3.3_1	X3.3_2	X3_Total
X3.1_1	Pearson Correlation	1	,591**	,436**	,536**	,520**	,636**	,767**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
X3.1_2	Pearson Correlation	,591**	1	,544**	,953**	,665**	,612**	,906**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
X3.2_1	Pearson Correlation	,436**	,544**	1	,473**	,389**	,386**	,682**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,002	,002	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
X3.2_2	Pearson Correlation	,536**	,953**	,473**	1	,626**	,663**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
X3.3_1	Pearson Correlation	,520**	,665**	,389**	,626**	1	,536**	,781**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000		,000	,000

	N	61	61	61	61	61	61	61
X3.3_2	Pearson Correlation	,636**	,612**	,386**	,663**	,536**	1	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000		,000
	N	61	61	61	61	61	61	61
X3_Total	Pearson Correlation	,767**	,906**	,682**	,881**	,781**	,792**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	61	61	61	61	61	61	61

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Correlations

		Y.1_1	Y.1_2	Y.2_1	Y.2_2	Y.3_1	Y.3_2	Y.4_1	Y.4_2	Y_Total
Y.1_1	Pearson Correlation	1	,473**	,389**	,386**	,461**	,735**	,450**	,726**	,573**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,002	,000	,000	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Y.1_2	Pearson Correlation	,473**	1	,626**	,663**	,928**	,734**	,842**	,455**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Y.2_1	Pearson Correlation	,389**	,626**	1	,536**	,607**	,595**	,535**	,725**	,711**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Y.2_2	Pearson Correlation	,386**	,663**	,536**	1	,592**	,425**	,535**	,372**	,706**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000		,000	,001	,000	,003	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Y.3_1	Pearson Correlation	,461**	,928**	,607**	,592**	1	,718**	,825**	,521**	,846**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000

	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Y.3_2	Pearson Correlation	,735**	,734**	,595**	,425**	,718**	1	,619**	,475**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000		,000	,000	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Y.4_1	Pearson Correlation	,450**	,842**	,535**	,535**	,825**	,619**	1	,382**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,002	,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Y.4_2	Pearson Correlation	,726**	,455**	,725**	,372**	,521**	,475**	,382**	1	,492**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,002		,000
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Y_Total	Pearson Correlation	,573**	,861**	,711**	,706**	,846**	,725**	,751**	,492**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	61	61	61	61	61	61	61	61	61

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6 Output SPSS Uji Reliabilitas

1. Variabel Promosi (X_1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	61	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	61	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,919	8

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	61	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	61	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,906	10

3. Variabel Ketepatan Waktu (X_3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	61	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	61	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,886	6

4. Variabel Keunggulan Bersaing (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	61	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	61	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,898	8

Lampiran 7 Output SPSS Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,10290460
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,049
	Negative	-,064
Kolmogorov-Smirnov Z		,500
Asymp. Sig. (2-tailed)		,964

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Multikolonieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Promosi	,993	1,007
	Kualitas Pelayanan	,984	1,017
	Ketepatan Waktu	,978	1,023

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

3. Uji Autokorelasi

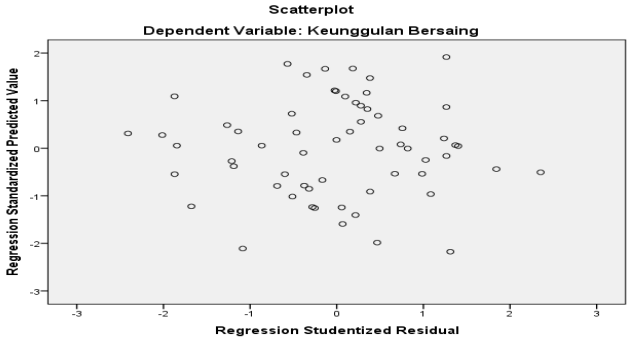
Model Summary[b]

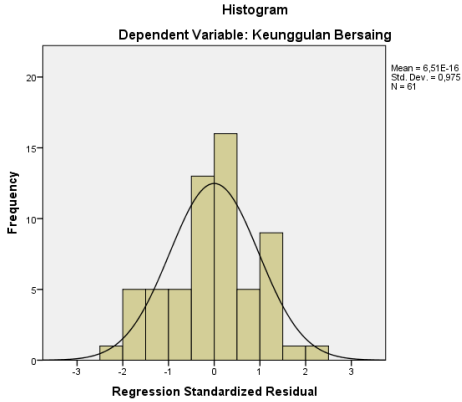
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,689[a]	,474	,447	3,18351	1,895

a. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu, Promosi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

4. Uji Heterosdestisitas





Lampiran 8 Output SPSS UJI Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Ketepatan Waktu, Promosi, Kualitas Pelayanan[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	,689[a]	,474	,447	3,18351

a. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu, Promosi, Kualitas Pelayanan

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	521,565	3	173,855	17,154	,000[b]
	Residual	577,681	57	10,135		
	Total	1099,246	60			

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

b. Predictors: (Constant), Ketepatan Waktu, Promosi, Kualitas Pelayanan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,118	5,511		,203	,840
	Promosi	,814	,130	,604	6,274	,000
	Kualitas Pelayanan	,294	,090	,316	3,265	,002
	Ketepatan Waktu	,314	,130	,235	2,418	,019

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Lampiran 9 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Mey Suryaningrum Putri
2. NIM : 15-150-0016
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 15 Oktober 20188
5. Judul Skripsi : Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Ketepatan Waktu Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Mastra Golden Internasional.
6. Dosen Pembimbing : I Made Bagus Dwiarta, S.E.,M.M
7. Konsultasi :

NO	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/Kegiatan
1	17-10-2018		Judul Acc
2	06-11-2018		Bab I Revisi
3	03-12-2018		Bab I Revisi
4	10-12-2018		Bab I Acc
5	17-12-2018		Bab II Revisi
6	19-12-2018		Bab II Revisi
7	27-12-2018		Bab II Acc
8	28-12-2018		Bab III Revisi
9	03-01-2019		Bab III Acc
10	17-01-2019		Seminar Proposal
11	11-03-2019		Bab IV Revisi
12	13-03-2019		Bab IV Acc
13	18-03-2019		Bab V Acc

8. Tanggal selesai menulis skripsi : 18 Maret 2019
9. Telah Uji dengan nilai :

Surabaya,
Dosen Pembimbing,

I Made Bagus Dwiarta, S.E.,M.M
NIP/NPP : 1109598/DY

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 16 April 2019

Dosen Pembimbing,

I Made Bagus Dwiarta, S.E.,M.M
NIP/NPP : 1109598/DY

BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Mey Suryaningrum Putri
2. NIM : 15-150-0016
3. Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Ketepatan Waktu Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Mastra Golden Internasional.
4. Tanggal Ujian Skripsi : 28 April 2019
5. Dosen Penguji : 1. Drs.I Ketut Surabagiarta. SE,MM
   2. Dra. HJ.Yuni Sukandani, S.E.,M.M
6. Konsultasi :

NO	Tanggal	Materi Kosnultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Prnguji II
1	28 April 2019	Judul Revisi		
2	28 April 2019	Bab I, Bab II, Bab III, Bab IV, Bab V Revisi		
3	08 Mei 2019	Judul Acc		
4	08 Mei 2019	Bab I, Bab II, Bab III, Bab IV, Bab V Acc		
5	28 April 2019	Judul Revisi		
6	28 April 2019	Bab I, Bab II, Bab III, Bab IV, Bab V Revisi		
7	06 Mei 2019	Judul Acc		
8	06 Mei 2019	Bab I Acc		

9	06 Mei 2019	Bab II, Bab III, Bab IV, Bab V Revisi		
10	08 Mei 2019	Bab II, Bab III, Bab IV Revisi		
11	08 Mei 2019	Bab V Acc		
12	15 Mei 2019	Bab II, Bab III, Bab IV Acc		

Surabaya, 15 April 2019

Penguji I

Drs.I Ketut Surabagiarta. SE,MM
NIP/NPP: 1701834/DY

Penguji II

Dra. HJ.Yuni Sukandani, S.E.,M.M.
NIP/NPP: 8611142/DY

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

PENGARUH SISTEM INFORMASI PEMASARAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN KETEPATAN WAKTU TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING PADA PT. MASTRA GOLDEN INTERNASIONAL

Nama : Mey Suryaningrum Putri

Prodi/Angkatan : Manajemen/2015

NIM : 151500016

NO	NIM	NAMA	TTD
1	15-150-0247	Bintang Kartika Wahyu	
2	15-150-0062	Sella Meirya Aprianty	
3	15-150-0178	Muhamad Ramadhan	
4	15-150-0160	Hiky R.	
5	15-150-0152	Miftakhur. R	
6	15-150-0102	Nadya Nataya Hira	
7	15 150 0136	Umrotul Khaimi	
8	16-150-0147	Nindia Dwi Apriliani	
9	16-150-0155	Jaeni Siti Qomaroh	
10	16-150-0034	Aprilia Dwi Sandra	
11	15-150-0181	Dwi Cahyaning A	
12	15-150-0033	M. AMIR UDDIN	
13	15 150 0238	Mensy Ratna	
14	151500227	Vira Rizky Ariestania	
15	15 150 0170	Alana Sevinia	

16			
17			
18			
19			
20			

Surabaya, 17 Januari 2019

Dosen Pembimbing

I Made Bagus Dwiarta, SE.,MM
1109598/DY

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : I Made Bagus D., SE., MM.
Jabatan : Kepala Lab. Kewirausahaan

Menyatakan bahwa :

Nama : Mey Suryaningrum Putri
NIM : 151500016
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Keunggulan Bersaing, dengan hasil 10 % Similarities.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 18 April 2019
Kepala Laboratorium,

I Made Bagus D., SE., MM.