

- b. 1 – 6 bulan
- c. 7 – 12 bulan
- d. > 1 tahun

II. Cara Pengisian

Petunjuk Pengisian :

1. Bacalah sebaik-baiknya setiap pertanyaan dan setiap alternatif jawaban yang diberikan
2. Pilih alternatif jawaban yang paling sesuai menurut anda dan berikan tanda silang (V)
3. Jika terjadi salah pengisian, berilah tanda (X) pada jawaban yang salah tersebut

Keterangan :

- SS = Sangat Setuju (4)
- S = Setuju (3)
- TS = Tidak Setuju (2)
- STS = Sangat Tidak Setuju (1)

• Berdasarkan Hambatan – Hambatan Terhadap Utilitas Pembeli

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
A	PRODUKTIVITAS KONSUMEN				
1.	Apakah ide inovasi Param Kocok Cair menjadi Param Krim, produk yang membantu customer menggunakan produk lebih cepat? Saran:.....				
2.	Apakah ide inovasi produk Param Kocok Cair menjadi Param Krim membantu customer lebih baik ? Saran:				
3.	Apakah ide inovasi Param Kocok Cair menjadi Param Krim membantu customer dengan cara yang berbeda? Saran:.....				
B	KESEDERHANAAN				
1.	Apakah ide inovasi Param Kocok Cair menjadi Param Krim meningkatkan kemudahan penggunaan bagi customer? Saran:.....				

C	KENYAMANAN				
1.	Apakah ide inovasi Param Kocok Cair menjadi Param Krim membuat kegiatan yang diinginkan lebih mudah dilakukan?				
	Saran:.....				
D	RESIKO				
1.	Apakah ide inovasi Param Kocok Cair menjadi Param Krim meminimalkan risiko keuangan ?				
	Saran :.....				
2.	Apakah ide inovasi Param Kocok Cair menjadi Param Krim meminimalkan risiko fisik pelanggan?				
	Saran :.....				
E	KESENANGAN DAN CITRA				
1.	Apakah ide inovasi Param Kocok Cair menjadi Param Krim memberikan kesenangan untuk customer?				
	Saran :.....				
2.	Apakah ide inovasi Param Kocok Cair menjadi Param Krim sangat menarik perhatian customer?				
	Saran :.....				
F	RAMAH LINGKUNGAN				
1.	Apakah ide inovasi Param Kocok Cair menjadi Param Krim mendukung adanya daur ulang?				
	Saran :.....				
2.	Apakah ide inovasi Param Kocok Cair menjadi Param Krim memberikan dampak negative pada lingkungan?				
	Saran :.....				

- **Berdasarkan Siklus Pengalaman Pembeli**

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
A	PEMBELIAN				
1.	Apakah waktu yang dibutuhkan lama untuk menemukan produk Param Krim Manna?				
	Saran:.....				
2.	Apakah tempat pembelian Param Krim				

	menarik dan mudah dijangkau?				
	Saran:				
3.	Apakah lingkungan transaksi jual beli Param Krim aman?				
	Saran:.....				
4	Apakah Anda dapat melakukan pembelian produk Param Krim secara cepat?				
	Saran:.....				
B	PENGIRIMAN				
1.	Apakah waktu yang dibutuhkan untuk penerimaan produk Param Krim lama?				
	Saran:.....				
2.	Apakah pembeli harus mengatur sendiri pengiriman produk yang telah dibeli? Jika ya, seberapa sulit dan mahal proses ini?				
	Saran:.....				
C	PENGGUNAAN				
1.	Apakah produk tersebut membutuhkan pelatihan atau bantuan ahli?				
	Saran:.....				
2.	Apakah produk Param Krim mudah disimpan ketika tidak digunakan?				
	Saran:.....				
3	Apakah efektif fitur dan fungsi dari produk Param Krim ?				
	Saran :.....				
4.	Apakah produk Param Krim tersebut memberikan kekuatan atau opsi lebih daripada yang dibutuhkan oleh pengguna biasa?				
	Saran :.....				
D	PELENGKAP				
1.	Apakah Anda membutuhkan produk lain untuk membuat produk yang Anda beli berfungsi? Jika ya, berapa harga produk atau jasa lain tersebut?				
	Saran :.....				

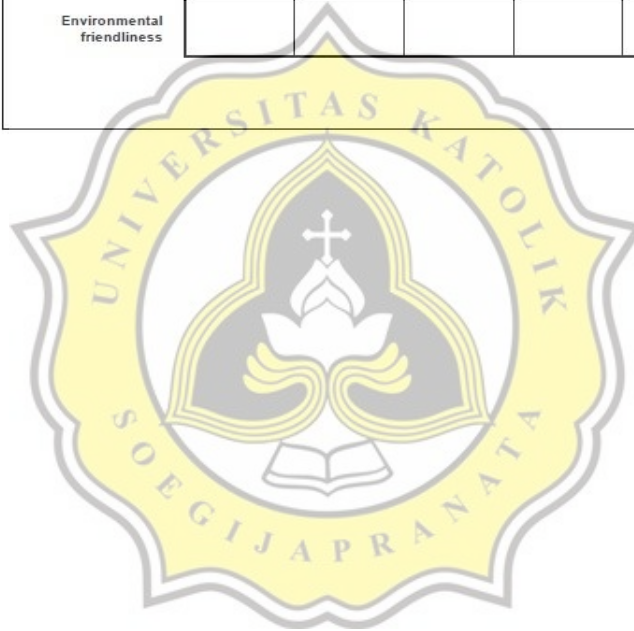
2.	Apakah waktu yang dibutuhkan lama untuk menemukan produk atau jasa lain tersebut?				
	Saran :.....				
3.	Apakah besar tingkat kesulitan yang disebabkan jasa atau produk lain tersebut?				
	Saran :.....				
4.	Apakah mudah untuk menemukan produk atau jasa lain tersebut?				
	Saran :.....				
E	PERAWATAN				
1.	Apakah Produk tersebut memerlukan perawatan dari luar?				
	Saran :.....				
2.	Apakah mudah untuk merawat dan memutakhirkan produk tersebut? Berapa biaya perawatannya?				
	Saran :.....				
F	PEMBUANGAN				
2.	Apakah penggunaan produk menghasilkan limbah?				
	Saran :.....				
2.	Apakah mudah proses yang diperlukan untuk membuang produk ini?				
	Saran :.....				
3.	Apakah limbah produk tersebut merugikan hokum dan lingkungan? Berapa biaya ang dibutuhkan untuk membuang produk tersebut?				
	Saran :.....				

*Sumber Penelitian berdasarkan

Buyer Utility Map

The Six Stages of the Buyer Experience Cycle

	1. Purchase	2. Delivery	3. Use	4. Supplements	5. Maintenance	6. Disposal
Customer Productivity						
Simplicity						
Convenience						
Risk						
Fun and Image						
Environmental friendliness						



KUESIONER PENELITIAN II

Pengaruh tingkat kesukaan konsumen terhadap merek, harga, kualitas, desain produk inovasi Param Krim

Tujuan Kuesioner Penelitian

Saya adalah mahasiswi Program Magister Manajemen Unika Soegijapranata Semarang yang sedang melakukan penelitian mengenai Ide Inovasi Produk Param Kocok Manna menjadi Param Krim Manna. Kuesioner ini bertujuan untuk pengumpulan data berupa pengaruh tingkat kesukaan konsumen terhadap merek, harga, kualitas, desain produk inovasi Param Krim. Saya sangat menghargai partisipasi Anda dalam menjawab kuesioner ini. Semua informasi yang terkumpul akan disajikan secara umum (tidak secara individu) sebagai ringkasan hasil yang akan dilaporkan dalam penelitian dan akan dijamin kerahasiaannya. Atas kesediaan dan kesempatan waktu yang diberikan untuk meluangkan mengisi kuesioner ini, saya sampaikan terimakasih.

BAGIAN 1 : DATA RESPONDEN

Berilah tanda (X) pada salah satu jawaban untuk masing-masing pertanyaan dibawah ini :

1. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita
2. Usia : a. 17-25 tahun b. 26-32 tahun
c. 32-40 tahun
3. Pekerjaan :
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai/Karyawan
 - c. Wirausaha
 - d. Lainnya.....
4. Apakah Anda menyukai krim pijat?
 - a. Suka
 - b. Tidak Suka
5. Apakah Anda menggunakan dan membeli krim pijat?
 - a. Ya
 - b. Tidak
6. Kapan terakhir kali Anda menggunakan krim pijat?
 - a. < 1 bulan
 - b. 1 – 6 bulan
 - c. 7 – 12 bulan
 - d. > 1 tahun

PERTANYAAN

Petunjuk Pengisian :

Mohon untuk memberikan tanda (V) pada setiap pernyataan yang Anda pilih.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
A	KEMASAN				
1.	Menurut saya Param Kocok Krim memiliki desain kemasan yang menarik				
	Alasan				
2.	Menurut saya, kemasan Param Kocok Krim mempunyai kualitas kemasan yang lebih baik (ukuran yang lebih kecil, 30 gr)				
	Alasan :				
3.	Menurut saya, kemasan Param Kocok Krim sangat mudah untuk dibawa kemana-mana dan praktis				
	Alasan :				
4.	Menurut saya, kemasan Param Kocok Krim sangat mudah digunakan dan pengaplikasiannya				
	Alasan :				
B	PENAMPILAN PRODUK				
1.	Menurut saya, Param Kocok Krim memiliki warna yang menarik				
	Alasan :				
2.	Menurut saya, Param Kocok Krim memiliki kekentalan yang saya sukai				
	Alasan :				

3.	Menurut saya, Param Kocok Krim memiliki isi yang sesuai				
	Alasan :.....				
4.	Menurut saya, Param Kocok Krim memiliki tekstur yang lembut dan nyaman dikulit				
	Alasan :.....				
5.	Menurut saya, Param Kocok Krim memiliki aroma yang saya sukai				
	Alasan :.....				
6	Menurut saya tingkat kepanasan krim Param cocok dengan tubuh saya				
	Alasan :				
C	HARGA				
1.	Menurut saya, harga dari Param Kocok Krim terjangkau				
	Alasan :.....				
2.	Menurut saya harga dari Param Kocok Krim kompetitif dengan pesaing				
	Alasan :.....				
D	KESELURUHAN				
	Saya secara keseluruhan menyukai produk Param Kocok Krim				
	Alasan :				
E	PEMASARAN				

	Apakah Anda setuju pemasaran dilakukan secara online?				
	Apabila setuju secara online, dimanakan menurut Anda produk tersebut dipasarkan? a. Instagram b. Facebook c. Marketplace d. Website e. Semua Jawaban diatas Alasan :				
	Apakah Anda setuju pemasaran dilakukan secara offline?				
	Apabila setuju secara offline, dimanakan sebaiknya produk tersebut dipasarkan ? a. Apotek b. Supermarket c. Minimarket d. Toko Kelontong e. Semua Jawaban diatas Alasan :				

Pertanyaan Tambahan :

Menurut Anda, apakah cocok apabila krim pijat inovasi baru ini diberi nama “Param Krim Manna”?

- a. Ya
- b. Tidak

Apakah ada ide lain untuk pemberinan nama produk inovasi krim pijat ini?.....

LAMPIRAN

Frequencies

Notes	
Output Created	29-AUG-2018 14:15:13
Comments	
Input	Data D:\yenny01 - data SPSS variabel B product.sav
	Active Dataset DataSet1
	Filter <none>
	Weight <none>
	Split File <none>
	N of Rows in Working Data File 10
Missing Value Handling	Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	FREQUENCIES VARIABLES=k1 k2 k3 k4 pp1 pp2 pp3 pp4 pp5 pp6 h1 h2 seluruh p1 p2a p2b p2c p2d p3 p4a p4b p4c p4d p4e p5 /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time 00:00:00,02
	Elapsed Time 00:00:00,02

Frequency Table

		k1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	6	60,0	60,0	60,0
	4,00	4	40,0	40,0	100,0
Total		10	100,0	100,0	

k2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	5	50,0	50,0	50,0
	4,00	5	50,0	50,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

k3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	4	40,0	40,0	40,0
	4,00	6	60,0	60,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

k4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	4	40,0	40,0	40,0
	4,00	6	60,0	60,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

pp1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	10,0	10,0	10,0
	3,00	6	60,0	60,0	70,0
	4,00	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

pp2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	20,0	20,0	20,0
	3,00	5	50,0	50,0	70,0
	4,00	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

pp3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	20,0	20,0	20,0
	3,00	5	50,0	50,0	70,0
	4,00	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

pp4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	10,0	10,0	10,0
	3,00	6	60,0	60,0	70,0
	4,00	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

pp5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	10,0	10,0	10,0
	3,00	7	70,0	70,0	80,0
	4,00	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

pp6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	10,0	10,0	10,0
	3,00	7	70,0	70,0	80,0
	4,00	2	20,0	20,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

h1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	20,0	20,0	20,0
	3,00	5	50,0	50,0	70,0
	4,00	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

h2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	50,0	50,0	50,0
	3,00	2	20,0	20,0	70,0
	4,00	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

seluruh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	7	70,0	77,8	77,8
	4,00	2	20,0	22,2	100,0
	Total	9	90,0	100,0	
Missing	System	1	10,0		
Total		10	100,0		

p1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	10,0	10,0	10,0
	3,00	6	60,0	60,0	70,0
	4,00	3	30,0	30,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

p2a

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		1	10,0	10,0	10,0
	Ya	9	90,0	90,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

p2b

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		3	30,0	30,0	30,0
	Ya	7	70,0	70,0	100,0
	Total	10	100,0	100,0	

p2c

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10,0	10,0	10,0
Ya	9	90,0	90,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

p2d

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	30,0	30,0	30,0
Ya	7	70,0	70,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

p3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	10,0	14,3	14,3
	3,00	5	50,0	71,4	85,7
	4,00	1	10,0	14,3	100,0
	Total	7	70,0	100,0	
Missing	System	3	30,0		
Total		10	100,0		

p4a

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	20,0	20,0	20,0
Ya	8	80,0	80,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

p4b

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	50,0	50,0	50,0
Ya	5	50,0	50,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

p4c

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	30,0	30,0	30,0
Ya	7	70,0	70,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

p4d

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	40,0	40,0	40,0
Ya	6	60,0	60,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

p4e

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	50,0	50,0	50,0
Ya	5	50,0	50,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	

p5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	20,0	20,0	20,0
Ya	8	80,0	80,0	100,0
Total	10	100,0	100,0	



6.58% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

0.42% IN QUOTES

Report #11088874

BAB I PENDAHULUAN Latar Belakang Inovasi sangat diperlukan oleh perusahaan untuk dapat memperluas pangsa pasar baru serta mempertahankan pangsa pasarnya saat ini. Inovasi diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk mampu bersaing seiring dengan perubahan dan perkembangan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif ADDIN (Dhewanto, 2014). Dalam melakukan sebuah inovasi, diperlukan beberapa tahapan yang harus dilakukan untuk mencapai sebuah inovasi yang dapat diterima masyarakat. Ki Hajar Dewantara mengajarkan mengenai niteni (mengamati), neroke (menirukan), dan nambahi (menambahkan). Prinsip ini merupakan bagian dalam proses inovasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menghasilkan produk. Prinsip yang diajarkan Ki Hajar Dewantara tersebut mengajarkan perusahaan untuk selalu mengamati lingkungan bisnis dari segi supplier, customer, competitor, product substitution, dan potential new entrants. Perusahaan perlu belajar untuk memperbaiki diri mengenai sistem perusahaan dari perusahaan yang sejenis. Perusahaan perlu menambahkan produk yang menonjol, unik dan berbeda dari perusahaan yang lain serta dari produk-produk sebelumnya yang sudah ada. Dalam menghasilkan produk/jasa yang baru perlu dihasilkan sebuah ide-ide kreatif yang menjadi bagian dari sebuah proses inovasi. Proses inovasi merupakan bagian dari sebuah