

LAMPIRAN

Lampiran 1

Pertanyaan wawancara dengan pihak internal Trois Dinamika Sentosa.

Keterangan :

R1 → Sdr. Tjen, Kelvin Oktavianto selaku administrasi *marketing*.

R2 → Bapak Tjen Djan Sen selaku pemilik perusahaan.

R3 → Ibu Bernike Ninik selaku administrasi keuangan.

1. Menurut Anda, apakah kelebihan dari produk yang dijual oleh usaha Trois Dinamika Sentosa?

R1 : Adanya garansi produk yang dijual oleh Trois Dinamika Sentosa menjadi kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang ada di pasaran. Hal ini dapat menjadi nilai tambah produk Trois Dinamika Sentosa.

R2 : Kualitas produk yang dijual oleh Trois Dinamika Sentosa terbilang bagus dalam segi performa dan durabilitas.

R3 : Harga produk yang dijual oleh Trois Dinamika Sentosa terbilang kompetitif, dikarenakan harga produk berada di posisi menengah.

Kesimpulan → Kelebihan produk yang dijual oleh Trois Dinamika Sentosa adalah produk berkualitas, harga produk yang kompetitif, adanya garansi produk.

2. Menurut Anda, bagaimana pelayanan usaha Trois Dinamika Sentosa kepada pelanggan?

R1 : Pelayanan yang diberikan oleh Trois Dinamika Sentosa terbilang bagus, contohnya perusahaan selalu mengirim barang tepat waktu kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak menunggu kedatangan barang terlalu lama.

R2 : Menurut pengalaman saya, sejauh ini pelanggan senang dengan pelayanan yang diberikan oleh Trois Dinamika Sentosa dikarenakan Trois Dinamika Sentosa selalu berusaha untuk memenuhi pesanan pelanggan.

R3 : Menurut saya, Trois Dinamika Sentosa selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan.

Kesimpulan → Perusahaan berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan seperti pengiriman barang yang tidak pernah terlambat. Sejauh ini, pelanggan merasa senang dengan pelayanan Trois Dinamika Sentosa.

3. Bagi sebuah perusahaan, kegiatan promosi sangat berpengaruh bagi aktivitas bisnis perusahaan. Menurut Anda, apakah kegiatan promosi sudah sering dilakukan oleh Trois Dinamika Sentosa?

R1 : Menurut saya, usaha Trois Dinamika Sentosa masih kurang dalam memberikan promosi. Untuk saat ini promosi hanya sebatas memberikan diskon bagi para pelanggan. Kedepannya, perusahaan harus lebih lagi memberikan promosi kepada pelanggan.

R2 : Perusahaan belum sering melakukan promosi kepada pelanggan. Menurut saya salah satu faktor penyebab kurangnya promosi yang diberikan adalah tenaga sales yang kurang optimal dalam memasarkan produk Trois Dinamika Sentosa.

R3 : Kegiatan promosi kurang dilakukan oleh perusahaan. Menurut saya dikarenakan promosi pasti akan membutuhkan biaya yang lebih, dan modal yang dimiliki oleh perusahaan masih terbatas.

Kesimpulan → Perusahaan belum sering memberikan promosi kepada pelanggan dikarenakan adanya beberapa faktor kelemahan internal seperti keterbatasan modal, dan tenaga sales yang kurang optimal.

4. Menurut Anda, apakah lokasi gudang usaha Trois Dinamika Sentosa sudah cukup strategis untuk aktivitas bisnis perusahaan?

R1 : Lokasi gudang Trois Dinamika Sentosa kurang strategis dikarenakan berada di dalam perumahan sehingga aktivitas bisnis perusahaan tidak bisa optimal.

R2 : Aktivitas bisnis Trois Dinamika Sentosa tidak dapat berjalan optimal di lokasi gudang yang sekarang. Untuk kedepannya, saya berharap bahwa perusahaan dapat berpindah lokasi ke tempat yang lebih luas lagi dan lebih strategis.

R3 : Luas gudang yang dimiliki oleh Trois Dinamika Sentosa $\pm 124\text{m}^2$ dan terletak di dalam perumahan sehingga aktivitas bisnis perusahaan kurang optimal dan terbatasnya lahan menyebabkan stok barang yang terbatas di gudang.

Kesimpulan → Lokasi gudang Trois Dinamika Sentosa dapat dikatakan kurang strategis dan terbatasnya lahan menyebabkan stok barang juga ikut terbatas.

5. Bagaimana respon pasar terhadap produk usaha Trois Dinamika Sentosa?

R1 : Produk yang dijual oleh Trois Dinamika Sentosa dapat diterima dengan baik oleh pasar, terbukti bahwa permintaan produk perusahaan cukup tinggi di pasaran.

R2 : Produk perusahaan cukup diminati di pasaran dengan permintaan yang cukup tinggi dari pelanggan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memperluas area pemasaran untuk menjangkau pasar baru.

R3 : Produk perusahaan cukup diterima di pasaran. Dari hal tersebut perusahaan memiliki pelanggan yang cukup loyal kepada perusahaan.

Kesimpulan → Produk yang dijual oleh Trois Dinamika Sentosa memiliki permintaan pasar yang cukup tinggi sehingga memungkinkan untuk memperluas area pemasaran dan perusahaan juga memiliki pelanggan yang cukup loyal kepada perusahaan.

6. Apakah hubungan perusahaan dengan *supplier* terjalin dengan baik?

R1 : Ya, hubungan antara perusahaan dengan para *supplier* terjaga dengan baik. Perusahaan selalu berusaha menjaga hubungan baik dengan para *supplier*. Ditambah dengan *supplier* yang selalu mendukung kami seperti dengan cara menambah jenis produk baru agar kami dapat jual ke pasar.

R2 : Ya, hubungan para *supplier* dengan kami baik-baik saja, terbukti bahwa *supplier* masih percaya kepada perusahaan untuk mendistribusikan barangnya.

R3 : Hubungan dengan para *supplier* perusahaan terjalin dengan baik, perusahaan berusaha untuk menjaga hubungan bisnis yang baik kepada *supplier* dengan cara membayar hutang dagang tepat waktu.

Kesimpulan → Hubungan usaha Trois Dinamika Sentosa dengan *supplier* terjalin dengan baik, dan adanya penambahan jenis produk baru dari *supplier* menjadi peluang bagi perusahaan.

7. Menurut Anda, adakah pesaing lain yang berpotensi menjadi ancaman bagi perusahaan?

R1 : Ada pesaing lain yang menjual alat pertukangan dengan merek yang sama seperti yang Trois Dinamika Sentosa jual ke pasar. Hal ini dapat menjadi ancaman bagi perusahaan.

R2 : Ada, kami mendapati bahwa ada pesaing lain yang menjual merek alat pertukangan yang sama dengan Trois Dinamika Sentosa. Tidak hanya itu, munculnya banyak merek baru alat pertukangan juga dapat mengancam produk yang Trois Dinamika Sentosa jual ke pasaran.

R3 : Ada, ukuran pesaing lain yang lebih besar dapat menjadi ancaman bagi Trois Dinamika Sentosa dikarenakan pesaing yang lebih besar memiliki sumber daya yang lebih banyak dibanding Trois Dinamika Sentosa.

Kesimpulan → Ada beberapa hal yang dapat menjadi ancaman bagi Trois Dinamika Sentosa seperti adanya pesaing yang menjual alat pertukangan dengan merek yang sama, ukuran pesaing lain yang lebih besar, dan munculnya merek baru alat pertukangan.

8. Menurut Anda, apakah ada faktor-faktor khusus yang dapat mengganggu aktivitas bisnis Trois Dinamika Sentosa?

R1 : Ada, menurut pendapat saya adanya pemberlakuan kebijakan PPN 11% yang ditetapkan oleh pemerintah akhir-akhir ini dapat mempengaruhi aktivitas bisnis Trois Dinamika Sentosa. Penerapan kebijakan PPN 11% menyebabkan naiknya harga barang sehingga dapat mempengaruhi aktivitas bisnis Trois Dinamika Sentosa.

R2 : Tentu ada, seperti harga pokok pembelian barang yang terus naik sehingga akan mengurangi keuntungan yang didapat oleh perusahaan. Harga-harga barang yang terus naik dari *supplier* akan menyebabkan respon pasar yang kurang baik sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi kondisi pasar yang ada.

R3 : Menurut saya dengan naiknya harga-harga pokok pembelian barang maka akan berpengaruh kepada aktivitas bisnis perusahaan. Dengan modal Trois Dinamika Sentosa yang terbatas, tentu naiknya harga barang akan sangat mempengaruhi aktivitas bisnis perusahaan.

Kesimpulan → Terdapat beberapa faktor khusus yang dapat mengganggu aktivitas bisnis perusahaan seperti penerapan PPN 11% dan naiknya harga pokok pembelian barang yang menyebabkan keuntungan perusahaan menjadi berkurang.

Keterangan :

Variabel *Strength* : Nomor 1-2 Variabel *Opportunities* : Nomor 5-6

Variabel *Weakness* : Nomor 3-4 Variabel *Threats* : Nomor 7-8

Lampiran 2

Kuesioner IFE dan EFE kepada pihak internal Trois Dinamika Sentosa.

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Jabatan :

Cara Pengisian

1. Terdapat tabel IFE dan EFE di dalam kuesioner penelitian ini yang masing-masing tabel terdapat peringkat.
2. Berilah peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor **internal** dan **eksternal** untuk menunjukkan respon perusahaan dalam mengatasi faktor-faktor tersebut, di mana :
 - a. Nilai 1 = respon di bawah rata-rata.
 - b. Nilai 2 = respon rata-rata.
 - c. Nilai 3 = respon di atas rata-rata.
 - d. Nilai 4 = respon sangat bagus.
3. Beri tanda (✓) pada salah satu jawaban di samping pertanyaan yang anda anggap paling sesuai dengan kondisi anda.

Tabel *Internal Factor Evaluation* (IFE)

No.	Faktor Internal Utama	Peringkat			
		1	2	3	4
Kekuatan (<i>Strength</i>)					
1.	Produk berkualitas				
2.	Harga produk yang kompetitif				
3.	Adanya garansi produk				
4.	Pelanggan senang dengan pelayanan perusahaan				
5.	Proses pengiriman barang tidak pernah terlambat				
Kelemahan (<i>Weakness</i>)					
1.	Kurangnya promosi yang diberikan				
2.	Tenaga sales yang kurang optimal				
3.	Keterbatasan stok barang di gudang				

4.	Keterbatasan modal				
5.	Lokasi gudang yang kurang strategis				

Tabel *External Factor Evaluation (EFE)*

No.	Faktor Eksternal Utama	Peringkat			
		1	2	3	4
Peluang (<i>Opportunities</i>)					
1.	Permintaan pasar yang cukup tinggi				
2.	Adanya penambahan jenis produk baru dari <i>supplier</i>				
3.	Hubungan baik dengan <i>supplier</i>				
4.	Area pemasaran masih bisa diperluas				
5.	Permintaan pasar yang cukup tinggi				
Ancaman (<i>Threats</i>)					
1.	Adanya pesaing yang menjual alat pertukangan dengan merek yang sama				
2.	Munculnya merek baru alat pertukangan				
3.	Pemberlakuan PPN 11%				
4.	Naiknya harga pokok pembelian barang dagangan				
5.	Ukuran pesaing yang lebih besar				

Hasil Internal Factor Evaluation (IFE)

No.	Faktor Internal Utama	R1	R2	R3	Σ	Bobot	Rating
Kekuatan (<i>Strength</i>)							
1.	Produk berkualitas	4	4	4	12	0,16	4,00
2.	Harga yang kompetitif	3	3	3	9	0,12	3,00
3.	Adanya garansi produk	2	3	3	8	0,11	2,67
4.	Pelanggan senang dengan pelayanan perusahaan	4	4	3	11	0,15	3,67

5.	Proses pengiriman barang tidak pernah terlambat	3	3	3	9	0,12	3,00
Kelemahan (<i>Weakness</i>)							
1.	Kurangnya promosi yang diberikan	1	2	1	4	0,06	1,33
2.	Tenaga sales yang kurang optimal	2	2	2	6	0,08	2,00
3.	Keterbatasan stok barang di gudang	1	2	2	5	0,07	1,67
4.	Keterbatasan modal	2	2	1	5	0,07	1,67
5.	Lokasi Gudang yang kurang strategis	1	2	1	4	0,06	1,33
Total					73 (Nilai Internal)	1,00	

Tabel diatas merupakan hasil kuesioner IFE yang didapatkan dari 3 responden yang dirangkum menjadi bentuk tabel diatas. Berikut merupakan langkah pengolahan data yang telah didapatkan dari responden :

1. Jawaban (per faktor) IFE yang telah didapatkan dari responden kemudian dijumlahkan agar mendapatkan nilai jumlah tiap faktor (Σ). Kemudian total jawaban responden dijumlahkan sehingga menghasilkan total nilai internal (kekuatan dan kelemahan).
2. Untuk mendapatkan nilai bobot pada tiap faktor, bagi nilai jumlah tiap faktor dengan total nilai internal (untuk mendapatkan bobot pada tiap faktor). Lakukan cara ini pada setiap faktor kekuatan dan kelemahan untuk mendapatkan bobot setiap faktor. Dapat disimpulkan dalam rumus berikut :
$$\frac{\Sigma}{\text{Nilai internal}} = \text{Nilai Bobot tiap Faktor}$$
3. Cara mendapatkan nilai rating adalah dengan membagi nilai jumlah tiap faktor (Σ) dengan jumlah responden yang ada untuk mendapatkan rating tiap faktor (3 orang). Lakukan cara ini pada setiap faktor kekuatan dan kelemahan untuk mendapatkan rating tiap faktor. Dapat disimpulkan dalam rumus berikut :
$$\frac{\Sigma}{3 \text{ responden}} = \text{Nilai Rating tiap Faktor}$$

Hasil External Factor Evaluation (EFE)

No.	Faktor Eksternal Utama	R1	R2	R3	Σ	Bobot	Rating
Peluang (<i>Opportunities</i>)							
1.	Permintaan pasar yang cukup tinggi	3	3	3	9	0,14	3,00
2.	Adanya penambahan jenis produk baru dari <i>supplier</i>	3	2	2	7	0,10	2,33
3.	Area pemasaran yang masih bisa diperluas	3	3	3	9	0,14	3,00
4.	Hubungan baik dengan <i>supplier</i>	2	3	3	8	0,12	2,67
5.	Pelanggan yang loyal kepada perusahaan	4	4	3	11	0,17	3,67
Ancaman (<i>Threats</i>)							
1.	Adanya pesaing yang menjual alat pertukangan dengan merek yang sama	1	2	2	5	0,08	1,67
2.	Munculnya merek baru alat pertukangan	2	1	2	5	0,08	1,67
3.	Pemberlakuan PPN 11%	1	1	1	3	0,05	1,00
4.	Naiknya harga pokok pembelian barang dagangan	1	2	1	4	0,06	1,33
5.	Ukuran pesaing yang lebih besar	1	2	1	4	0,06	1,33
Total					65 (Nilai Eksternal)	1,00	

Tabel diatas merupakan hasil kuesioner EFE yang didapatkan dari 3 responden yang dirangkum menjadi bentuk tabel diatas. Berikut merupakan langkah pengolahan data yang telah didapatkan dari responden :

1. Jawaban (per faktor) EFE yang telah didapatkan dari responden kemudian dijumlahkan agar mendapatkan nilai jumlah tiap faktor (Σ). Kemudian total jawaban responden dijumlahkan sehingga menghasilkan total nilai internal (peluang dan ancaman).
2. Untuk mendapatkan nilai bobot pada tiap faktor, bagi nilai jumlah tiap faktor dengan total nilai internal (untuk mendapatkan bobot pada tiap faktor). Lakukan cara ini pada

setiap faktor kekuatan dan kelemahan untuk mendapatkan bobot setiap faktor. Dapat disimpulkan dalam rumus berikut : $\frac{\Sigma}{\text{Nilai eksternal}} = \text{Nilai Bobot tiap Faktor}$

3. Cara mendapatkan nilai rating adalah dengan membagi nilai jumlah tiap faktor (Σ) dengan jumlah responden yang ada untuk mendapatkan rating tiap faktor (3 orang). Lakukan cara ini pada setiap faktor kekuatan dan kelemahan untuk mendapatkan rating tiap faktor. Dapat disimpulkan dalam rumus berikut : $\frac{\Sigma}{3 \text{ responden}} = \text{Nilai Rating tiap Faktor}$

Lampiran 3

Kuesioner *Attractive Score* untuk Matriks QSPM

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Jabatan :

Cara Pengisian

1. Tentukan nilai *Attractive Score* (AS) atau daya tarik dari masing-masing faktor internal dan eksternal untuk 4 alternatif strategi berikut :
 - a. S1 = Memprioritaskan pelanggan loyal perihal pengadaan barang dan pelayanan guna meningkatkan citra perusahaan.
 - b. S2 = Meningkatkan mutu sales yang kurang optimal guna memperluas pangsa pasar.
 - c. S3 = Mempertahankan kualitas, harga, pelayanan, dan integritas kepada pelanggan agar tidak direbut oleh pesaing.
 - d. S4 = Memperbanyak promosi kepada pelanggan agar tidak berpindah ke pesaing dan merek alat pertukangan lain.
2. Berilah peringkat antara 1 sampai 4 pada setiap faktor **internal** dan **eksternal** untuk menunjukkan respon perusahaan dalam mengatasi faktor-faktor tersebut, di mana :
 - a. Nilai 1 = tidak memiliki daya tarik.
 - b. Nilai 2 = daya tarik rendah.
 - c. Nilai 3 = daya tarik sedang.
 - d. Nilai 4 = daya tarik tinggi.

3. Beri tanda (✓) pada salah satu jawaban di samping pertanyaan yang anda anggap paling sesuai dengan kondisi anda.

Tabel *Attractive Score* untuk Matriks QSPM

No.	<i>Attractive Score</i>	S1				S2				S3				S4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Kekuatan (<i>Strength</i>)																	
1.	Produk berkualitas																
2.	Harga produk yang kompetitif																
3.	Adanya garansi produk																
4.	Pelanggan senang dengan pelayanan perusahaan																
5.	Proses pengiriman barang tidak pernah terlambat																
Kelemahan (<i>Weakness</i>)																	
1.	Kurangnya promosi yang diberikan																
2.	Tenaga sales yang kurang optimal																
3.	Keterbatasan stok barang di gudang																
4.	Keterbatasan modal																
5.	Lokasi gudang yang kurang strategis																
Peluang (<i>Opportunities</i>)																	
1.	Permintaan pasar yang cukup tinggi																
2.	Adanya penambahan jenis produk baru dari <i>supplier</i>																
3.	Area pemasaran yang masih bisa diperluas																
4.	Hubungan baik dengan <i>supplier</i>																

5.	Pelanggan yang loyal kepada perusahaan																		
Ancaman (Threats)																			
1.	Adanya pesaing yang menjual alat pertukangan dengan merek yang sama																		
2.	Munculnya merek baru alat pertukangan																		
3.	Pemberlakuan PPN 11%																		
4.	Naiknya harga pokok pembelian barang dagangan																		
5.	Ukuran pesaing yang lebih besar																		

Hasil Kuesioner Attractive Score QSPM

Attractive Score	S1				S2				S3				S4			
	R1	R2	R3	\bar{X}												
Kekuatan (Strength)																
Produk berkualitas	4	4	3	3,67	4	4	3	3,67	4	3	4	3,67	3	3	4	3,33
Harga produk yang kompetitif	3	4	3	3,33	2	4	3	3,00	4	3	3	3,33	4	3	4	3,67
Adanya garansi produk	3	3	3	3,00	2	3	2	2,33	4	3	3	3,33	4	3	4	3,67
Pelanggan senang dengan pelayanan perusahaan	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67
Proses pengiriman barang tidak pernah terlambat	2	2	2	2,00	1	2	2	1,67	3	3	2	2,67	2	2	2	2,00
Kelemahan (Weakness)																

Kurangnya promosi yang diberikan	2	2	3	2,33	2	2	3	2,33	2	3	3	2,67	2	3	3	2,67
Tenaga sales yang kurang optimal	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	2	3	3	2,67
Keterbatasan stok barang di gudang	2	2	2	2,00	1	2	2	1,67	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00
Keterbatasan modal	1	1	2	1,33	2	1	2	1,67	2	2	2	2,00	2	2	1	1,67
Lokasi gudang yang kurang strategis	1	1	1	1,00												
Peluang (Opportunities)																
Permintaan pasar yang cukup tinggi	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67
Adanya penambahan jenis produk baru dari supplier	3	4	3	3,33	3	3	3	3,00	3	2	4	3,00	3	3	4	3,33
Area pemasaran yang masih bisa diperluas	3	3	2	2,67	4	4	4	4,00	3	3	4	3,33	4	3	4	3,67
Hubungan baik dengan supplier	2	2	2	2,00	2	2	1	1,67	3	2	3	2,67	3	2	3	2,67
Pelanggan yang loyal kepada perusahaan	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33	3	3	3	3,00	3	3	4	3,3
Ancaman (Threats)																
Adanya pesaing yang menjual alat pertukangan	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33

dengan merek yang sama																
Munculnya merek baru alat pertukangan	2	3	2	2,33	2	3	2	2,33	3	2	3	2,67	3	2	3	2,67
Pemberlakuan PPN 11%	1	2	1	1,33	1	2	1	1,33	1	2	2	1,67	1	2	2	1,67
Naiknya harga pokok pembelian barang dagangan	2	2	2	2,00	2	3	1	2,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00
Ukuran pesaing yang lebih besar	2	2	1	1,67	2	2	1	1,67	2	1	2	1,67	1	2	2	1,67

Tabel diatas merupakan hasil kuesioner *Attractive Score* (AS) QSPM yang didapatkan dari 3 responden yang dirangkum menjadi bentuk tabel diatas. Jawaban dari tiap responden kemudian dirata-rata agar dapat menghasilkan nilai skor daya tarik tiap faktor (\bar{X}). Nilai inilah yang menjadi dasar sebagai skor daya tarik (AS). Sehingga didapatkan rumus : $\frac{R1+R2+R3}{3} = \bar{X}$

Lampiran 4

Kuesioner untuk pelanggan Trois Dinamika Sentosa

No.	Pertanyaan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Apakah produk alat pertukangan yang dipasarkan Trois Dinamika Sentosa berkualitas baik?				
2.	Apakah harga produk alat pertukangan yang dipasarkan Trois Dinamika Sentosa kompetitif?				
3.	Apakah adanya garansi produk alat pertukangan membantu pelanggan?				
4.	Apakah pelanggan senang dengan pelayanan Trois Dinamika Sentosa?				
5.	Apakah sering terjadi keterlambatan pengiriman barang?				
6.	Apakah sering ada promosi yang diberikan oleh Trois Dinamika Sentosa?				

7.	Apakah permintaan pasar tinggi akan produk alat pertukangan Trois Dinamika Sentosa?				
8.	Apakah dengan adanya penambahan produk mesin pertukangan yang baru akan berpotensi di pasar?				
9.	Apakah ada pesaing yang menawarkan produk alat pertukangan dengan merek yang sama?				
10.	Apakah masuknya beberapa merek baru alat pertukangan dirasa mempengaruhi produk Trois Dinamika Sentosa?				
11.	Apakah adanya PPN 11% mempengaruhi produk Trois Dinamika Sentosa di tempat anda?				

Keterangan :

Variabel *Strength*

: Nomor 1-4

Variabel *Opportunities*

: Nomor 7-8

Variabel *Weakness*

: Nomor 5-6

Variabel *Threats*

: Nomor 9-11

Hasil Kuesioner Pelanggan

Nama Toko	Frek. Pembelian	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11
Tk. Krisna Teknik	2 kali dalam sebulan	SS	S	SS	SS	TS	TS	S	S	S	S	S
Tk. Kaca Baru	3 kali dalam sebulan	SS	S	S	SS	TS	TS	S	S	S	S	TS
Tb. Rimba Khatulistiwa	2 kali dalam sebulan	S	S	SS	SS	TS	TS	S	S	TS	S	TS
Tk. Bangun Karya	2 kali dalam sebulan	S	S	SS	S	TS	TS	S	S	SS	TS	S
Tk. Samudra Agung	3 kali dalam sebulan	S	S	S	SS	TS	TS	S	S	TS	TS	S
Tk. Sumber Logam	2 kali dalam sebulan	S	S	SS	SS	TS	TS	S	S	S	S	S

Tb. Bumi Sari	4 kali dalam sebulan	S	S	SS	SS	TS	TS	S	S	S	S	S
UD. Sumber Abadi	3 kali dalam sebulan	S	S	S	S	TS	TS	S	S	SS	S	TS
Tb. A-A Baru	2 kali dalam sebulan	S	S	S	S	TS	S	TS	TS	S	S	S
Jaya Mandiri Sukses	2 kali dalam sebulan	S	S	SS	S	TS	TS	TS	TS	S	S	S
Tk. Setia Kawan	3 kali dalam sebulan	S	S	SS	S	TS	TS	S	S	S	S	S
Tk. Wijaya Teknik	2 kali dalam sebulan	S	S	S	S	TS	TS	S	S	S	S	S
Tb. Wijaya	4 kali dalam sebulan	SS	SS	SS	SS	TS	TS	S	S	S	S	TS
Tk. Setuju Jaya	2 kali dalam sebulan	S	SS	S	S	TS	TS	S	S	TS	TS	TS
Tb. HS Putra Tehnik	4 kali dalam sebulan	SS	S	S	S	TS	TS	S	S	SS	TS	TS
Tk. Family Home Depo	3 kali dalam sebulan	S	S	S	S	TS	TS	S	S	TS	TS	TS
Tb. Hidup	2 kali dalam sebulan	S	S	SS	S	TS	TS	TS	TS	TS	TS	S
Tk. Armada	3 kali dalam sebulan	S	S	SS	S	TS	TS	S	S	TS	S	TS
Tb. Rahayu	2 kali dalam sebulan	S	S	S	S	TS	TS	TS	TS	TS	TS	S

Tb. Fery' A	3 kali dalam sebulan	S	S	S	S	TS	TS	S	S	TS	S	TS
Tb. Bina Putra	4 kali dalam sebulan	SS	S	SS	S	TS	TS	S	S	TS	S	S
Tb. Zam-Zam	4 kali dalam sebulan	SS	S	SS	S	TS	TS	S	S	TS	S	S
Tk. Karunia Teknik	3 kali dalam sebulan	SS	S	SS	S	TS	TS	S	S	S	S	S
Tb. Sinar Jaya	3 kali dalam sebulan	S	S	S	S	TS	TS	S	S	S	S	TS
Tk. Bima Tehnik	3 kali dalam sebulan	SS	S	SS	S	TS	TS	S	S	SS	S	S
Tb. Yogyakarta	3 kali dalam sebulan	SS	S	S	S	TS	TS	S	S	SS	S	S

No.	Pertanyaan	SS Skor 4		S Skor 3		TS Skor 2		STS Skor 1		Σ	Kategori
		Frek	Total	Frek	Total	Frek	Total	Frek	Total		
1.	Apakah produk alat pertukangan yang dipasarkan Trois Dinamika Sentosa berkualitas baik?	9	36	17	51	0	0	0	0	87	Setuju
2.	Apakah harga produk alat pertukangan yang dipasarkan Trois	2	8	24	72	0	0	0	0	80	Setuju

	Dinamika Sentosa kompetitif ?										
3.	Apakah adanya garansi produk alat pertukangan membantu pelanggan?	14	56	12	36	0	0	0	0	92	Sangat Setuju
4.	Apakah pelanggan senang dengan pelayanan Trois Dinamika Sentosa?	7	28	19	57	0	0	0	0	85	Setuju
5.	Apakah sering terjadi keterlambatan pengiriman barang?	0	0	1	3	25	50	0	0	53	Tidak setuju
6.	Apakah sering ada promosi yang diberikan oleh Trois Dinamika Sentosa?	0	0	0	0	26	52	0	0	52	Tidak Setuju
7.	Apakah permintaan pasar tinggi akan produk alat pertukangan Trois Dinamika Sentosa?	0	0	22	66	4	8	0	0	74	Setuju
8.	Apakah dengan adanya penambahan produk mesin pertukangan yang baru akan berpotensi di pasar?	0	0	22	66	4	8	0	0	74	Setuju

9.	Apakah ada pesaing yang menawarkan produk alat pertukangan dengan merek yang sama?	5	20	11	33	10	20	0	0	73	Setuju
10.	Apakah masuknya beberapa merek baru alat pertukangan dirasa mempengaruhi produk Trois Dinamika Sentosa?	0	0	19	57	7	14	0	0	71	Setuju
11.	Apakah adanya PPN 11% mempengaruhi produk Trois Dinamika Sentosa di tempat anda?	0	0	16	48	10	20	0	0	68	Setuju

Dari hasil perhitungan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pelanggan :

1. Sangat setuju dengan adanya garansi produk alat pertukangan membantu pelanggan.
2. Setuju dengan produk yang dijual berkualitas baik.
3. Setuju dengan harga produk yang dijual kompetitif.
4. Setuju dengan pelayanan perusahaan yang membuat pelanggan senang.
5. Setuju dengan permintaan pasar yang tinggi akan produk perusahaan.
6. Setuju dengan adanya penambahan jenis produk baru akan berpotensi di pasar.
7. Setuju dengan adanya pesaing yang menawarkan produk dengan merek yang sama.
8. Setuju dengan masuknya beberapa merek baru akan dirasa mempengaruhi produk perusahaan.
9. Setuju dengan adanya pemberlakuan PPN 11% mempengaruhi produk perusahaan.
10. Tidak setuju dengan sering terjadi keterlambatan pengiriman.
11. Tidak setuju dengan perusahaan sering memberikan promosi kepada pelanggan.

PAPER NAME

TA-18.D1.0111.docx

WORD COUNT

8969 Words

CHARACTER COUNT

55077 Characters

PAGE COUNT

42 Pages

FILE SIZE

281.2KB

SUBMISSION DATE

Jan 4, 2023 11:11 AM GMT+7

REPORT DATE

Jan 4, 2023 11:12 AM GMT+7

● **18% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 17% Internet database
- 9% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 16% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Manually excluded text blocks