

Lampiran I

KUESIONER PENELITIAN PENENTUAN BOBOT DAN RANTING FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL

A. Identitas Responden

- Nama :
- Jenis Kelamin :
- Umur :
- Tingkat Pendidikan :
- Tidak Sekolah
 - Sekolah Dasar (SD)
 - Sekolah Menengah Pertama (SMP)
 - Sekolah Menengah Atas (SMA)
 - Sarjana (S1)
- Jabatan :

B. Petunjuk Pengisian

- Pemberian nilai dan ranting dari masing-masing faktor strategis dilakukan dengan memberikan tanda centang (√) pada tingkat kepentingan yang paling sesuai menurut responden.
- Responden diminta untuk menilai kinerja usaha saat ini dengan acuan sebagai berikut:

STS	: Sangat Tidak Setuju	S	: Setuju
TS	: Tidak Setuju	SS	: Sangat Setuju
CS	: Cukup setuju		

C. PENENTUAN BOBOT FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL

1. Penentuan Bobot Faktor Internal

NO	Daftar Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
A	Kekuatan					
	1	Jaminan produk yang berkualitas				
	2	Cita rasa kopi yang khas				
	3	Produk terdaftar dan memiliki izin usaha				
	4	Lokasi yang strategis				
	5	Harga terjangkau				
B	Kelemahan					
	1	Tidak ada tempat parkir dan toilet				
	2	Desain interior yang kurang menarik				
	3	Belum ada varian menu yang benar-benar berbeda				
	4	Kurang dalam memaksimalkan pemasaran				

Penentuan Bobot Faktor Eksternal

NO		Daftar Pernyataan	Penilaian				
			STS	TS	CS	S	SS
			1	2	3	4	5
A	Peluang						
	1	Perhatian pemerintah terhadap pemasaran produk kopi					
	2	Potensi pasar yang masih terbuka					
	3	Permintaan konsumen yang tinggi					
	4	Dekat dengan konsumen					
B	Ancaman						
	1	Banyaknya pesaing produk					
	2	Daya saing harga tidak kompetitif					
	3	Perubahan selera beli konsumen					
	4	Konsumen yang beralih ke perusahaan lain					

D. PENENTUAN RANTING FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL

PETUNJUK PENGISIAN :

- Responden diminta untuk menilai kinerja usaha saat ini dengan acuan sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju

S : Setuju
SS : Sangat Setuju

1. Penentuan Ranting Faktor Internal

NO	Daftar Pernyataan	Penilaian				
		STS 1	TS 2	CS 3	S 4	SS 5
A	Kekuatan					
	1	Jaminan produk yang berkualitas				
	2	Cita rasa kopi yang khas				
	3	Produk terdaftar dan memiliki izin usaha				
	4	Lokasi yang strategis				
	5	Harga terjangkau				
B	Kelemahan					
	1	Tidak ada tempat parkir dan toilet				
	2	Desain interior yang kurang menarik				
	3	Belum ada varian menu yang benar-benar berbeda				
	4	Kurang dalam memaksimalkan pemasaran				

Penentuan Ranting Faktor Eksternal

NO		Daftar Pernyataan	Penilaian				
			STS 1	TS 2	CS 3	S 4	SS 5
A	Peluang						
	1	Perhatian pemerintah terhadap pemasaran produk kopi					
	2	Potensi pasar yang masih terbuka					
	3	Permintaan konsumen yang tinggi					
	4	Dekat dengan konsumen					
B	Ancaman						
	1	Banyaknya pesaing produk					
	2	Daya saing harga tidak kompetitif					
	3	Perubahan selera beli konsumen					
	4	Konsumen yang beralih ke perusahaan lain					



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TIMOR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl . Km. 9 Kelurahan Sasi , Kefamenanu
Laman : unimor.ac.id, e-mail: unimor.feb@gmail.com

Nomor : 82/UN60.4/KM/2022
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian

05 Oktober 2022

Yth. Pemilik Kedai Kopi Koef Metro di Kefamenanu
Di
Tempat.

Dengan Hormat,

Menindaklanjuti surat Koordinator Program Studi Ekonomi Manajemen No. 157/UN60.41/KM/2022 Perihal Permohonan ijin penelitian, bersama ini kami sampaikan bahwa untuk penyusunan tugas akhir mahasiswa guna menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1), Mahasiswa wajib melaksanakan penelitian. Adapun Mahasiswa yang akan melaksanakan penelitian di instansi Bapak/ibu pimpin adalah :

Nama : Maria Kiik
NPM : 41180035
Alamat : Kefamenanu
Tempat penelitian : Kedai Kopi Koef Metro di Kefamenanu
Waktu : Di sesuaikan dengan situasi Lapangan
Judul : Analisis Strategi Pemasaran Kopi Koef Metro di Kefamenanu

Dengan ini kami mohon bantuan Bapak/Ibu agar mahasiswa tersebut diberikan izin melaksanakan penelitian untuk mendapatkan data-data yang diperlukan di wilayah Bapak/Ibu pimpin, sepanjang yang bersangkutan memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Adapun mengenai biaya untuk hal-hal tersebut di atas (Foto Copy,CD,Film) terkait izin tersebut ditanggung oleh yang bersangkutan.

Demikian permohonan ini , atas bantuan dan kerja sama Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dekan

Dr. Karnilau K. Oki, SE., ME
NIP. 196909252005011001

Lampiran II

TABULASI DATA

KEKUATAN	N-1	N-2	N-3	N-4	N-5	N-6	N-7	N-8	JUMLAH
Jaminan produk yang berkualitas	4	4	4	5	4	5	4	4	34
Cita rasa kopi yang khas	4	4	4	5	5	5	4	4	35
Produk terdaftar dan memiliki izin usaha	4	4	4	4	5	4	3	3	31
Lokasi yang strategis	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Harga terjangkau	4	4	4	5	4	5	4	4	34
KELEMAHAN									
Tidak ada tempat parkir dan toilet	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Desain interior yang kurang menarik	4	4	4	4	3	4	4	4	31
Belum ada varian menu yang benar-benar berbeda	4	4	3	3	3	3	4	4	28
Kurang dalam memaksimalkan pemasaran	4	4	4	3	3	3	4	4	29
TOTAL									286

PELUANG	N-1	N-2	N-3	N-4	N-5	N-6	N-7	N-8	JUMLAH
Perhatian pemerintah terhadap pemasaran produk kopi	4	3	4	4	4	4	3	4	30
Potensi pasar yang masih terbuka	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Permintaan konsumen yang tinggi	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Dekat dengan konsumen	4	5	3	5	4	4	4	4	33
ANCAMAN									
Banyaknya pesaing produk	4	4	2	4	4	4	4	4	30
Daya saing harga tidak kompetitif	4	4	2	4	4	4	4	4	30
Perubahan selera beli konsumen	4	4	2	4	4	4	4	4	30
Konsumen yang beralih ke perusahaan lain	4	4	2	4	4	4	4	4	30
TOTAL									246

Lampiran III
Hasil Output SPSS
Uji Validitas Kekuatan

Correlations

		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	TOTAL
S1	Pearson Correlation	1	.645	.000	.645	.423	.645	.000	.000	.835
	Sig. (2-tailed)		.009	.000	.009	.008	.009	.000	.000	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S2	Pearson Correlation	.645	1	.408	1.000**	.873	1.000**	.612	.612	.864
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.000	.053	.000	.002	.002	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S3	Pearson Correlation	.000	.408	1	.408	.802	.408	.250	.250	.530
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.005	.003	.005	.000	.005	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S4	Pearson Correlation	.645	1.000**	.408	1	.873	1.000**	.612	.612	.857
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.005		.003	.000	.0002	.002	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S5	Pearson Correlation	.423	.873	.802	.873	1	.873	.535	.535	.850
	Sig. (2-tailed)	.008	.003	.003	.003		.003	.003	.003	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S6	Pearson Correlation	.645	1.000**	.408	1.000**	.873	1	.612	.612	.866
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.005	.000	.003		.002	.002	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S7	Pearson Correlation	.000	.612	.250	.612	.535	.612	1	1.000**	.884*
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.005	.002	.003	.002		.000	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S8	Pearson Correlation	.000	.612	.250	.612	.535	.612	1.000**	1	.859*
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.005	.002	.003	.002	.000		.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
TOTAL	Pearson Correlation	.335	.866	.530	.866	.850	.866	.884*	.884*	1
	Sig. (2-tailed)	.581	.058	.358	.058	.068	.058	.047	.047	
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5

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

Correlations

		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	TOTAL
S1	Pearson Correlation	1	.645	.000	.645	.423	.645	.000	.000	.835
	Sig. (2-tailed)		.009	.000	.009	.008	.009	.000	.000	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S2	Pearson Correlation	.645	1	.408	1.000**	.873	1.000**	.612	.612	.864
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.000	.053	.000	.002	.002	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S3	Pearson Correlation	.000	.408	1	.408	.802	.408	.250	.250	.530
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.005	.003	.005	.000	.005	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S4	Pearson Correlation	.645	1.000**	.408	1	.873	1.000**	.612	.612	.857
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.005		.003	.000	.0002	.002	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S5	Pearson Correlation	.423	.873	.802	.873	1	.873	.535	.535	.850
	Sig. (2-tailed)	.008	.003	.003	.003		.003	.003	.003	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S6	Pearson Correlation	.645	1.000**	.408	1.000**	.873	1	.612	.612	.866
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.005	.000	.003		.002	.002	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S7	Pearson Correlation	.000	.612	.250	.612	.535	.612	1	1.000**	.884*
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.005	.002	.003	.002		.000	.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S8	Pearson Correlation	.000	.612	.250	.612	.535	.612	1.000**	1	.859*
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.005	.002	.003	.002	.000		.000
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5
TOTAL	Pearson Correlation	.335	.866	.530	.866	.850	.866	.884*	.884*	1
	Sig. (2-tailed)	.581	.058	.358	.058	.068	.058	.047	.047	
	N	5	5	5	5	5	5	5	5	5

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

Uji Validitas Kelemahan

Correlations

		W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	TOTAL
W1	Pearson Correlation	1	-.333	-.333	.577	.333	-.577	-.333	-.333	.865
	Sig. (2-tailed)		.007	.007	.003	.007	.003	.007	.007	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
W2	Pearson Correlation	-.333	1	-.333	-.577	-1.000**	-.577	1.000**	1.000**	.730
	Sig. (2-tailed)	.007		.007	.003	.000	.003	.000	.000	.00
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
W3	Pearson Correlation	-.333	-.333	1	.577	.333	.577	-.333	-.333	.751
	Sig. (2-tailed)	.007	.007		.003	.007	.003	.007	.007	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
W4	Pearson Correlation	-.577	-.577	.577	1	.577	1.000**	-.577	-.577	.849
	Sig. (2-tailed)	.003	.003	.003		.003	.000	.003	.003	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
W5	Pearson Correlation	.333	-1.000**	.333	.577	1	.577	-1.000**	-1.000**	.727
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.007	.003		.003	.000	.000	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
W6	Pearson Correlation	-.577	-.577	.577	1.000**	.577	1	-.577	-.577	.746
	Sig. (2-tailed)	.003	.003	.003	.000	.003		.003	.003	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
W7	Pearson Correlation	-.333	1.000**	-.333	-.577	-1.000**	-.577	1	1.000**	.776
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.007	.003	.000	.003		.000	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
W8	Pearson Correlation	-.333	1.000**	-.333	-.577	-1.000**	-.577	1.000**	1	.743
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.007	.003	.000	.003	.000		.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
TOTAL	Pearson Correlation	-.365	-.730	.730	.949	.730	.949	-.730	-.730	1
	Sig. (2-tailed)	.635	.270	.270	.051	.270	.051	.270	.270	
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4

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

Uji Validitas Peluang

Correlations

		O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	TOTAL
O1	Pearson Correlation	1	.000	.423	.667	.333	-.718	-.333	.613	.742
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.007	.007	.000	.000	.007	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
O2	Pearson Correlation	.000	1	-.707	.816	.816	-.816	.816	.816	.949
	Sig. (2-tailed)	1.000		.293	.184	.184	.184	.184	.184	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
O3	Pearson Correlation	-.577	-.707	1	-.577	-.577	.577	-.577	-.577	.847
	Sig. (2-tailed)	.423	.293		.423	.423	.423	.423	.423	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
O4	Pearson Correlation	.333	.816	-.577	1	.333	-1.000**	.333	.333	.775
	Sig. (2-tailed)	.667	.184	.423		.667	.000	.667	.667	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
O5	Pearson Correlation	-.333	.816	-.577	.333	1	-.333	1.000**	1.000**	.749
	Sig. (2-tailed)	.667	.184	.423	.667		.667	.000	.000	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
O6	Pearson Correlation	-.333	-.816	.577	-1.000**	-.333	1	-.333	-.333	.678
	Sig. (2-tailed)	.667	.184	.423	.000	.667		.667	.667	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
O7	Pearson Correlation	-.333	.816	-.577	.333	1.000**	-.333	1	1.000**	.823
	Sig. (2-tailed)	.667	.184	.423	.667	.000	.667		.000	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
O8	Pearson Correlation	-.333	.816	-.577	.333	1.000**	-.333	1.000**	1	.816
	Sig. (2-tailed)	.667	.184	.423	.667	.000	.667	.000		.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
TOTAL	Pearson Correlation	-.258	.949	-.447	.775	.775	-.775	.775	.775	1
	Sig. (2-tailed)	.742	.051	.553	.225	.225	.225	.225	.225	
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4

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

Uji Validitas Ancaman

Correlations

		T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	TOTAL
T1	Pearson Correlation	1	-.333	-.333	-.333	-.333	-.333	-.333	1.000**	.574
	Sig. (2-tailed)		.667	.007	.667	.007	.667	.007	.000	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
T2	Pearson Correlation	-.333	1	-.333	1.000**	-.333	1.000**	-.333	-.333	.622
	Sig. (2-tailed)	.667		.667	.000	.667	.000	.667	.667	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
T3	Pearson Correlation	-.333	-.333	1	-.333	-.333	-.333	1.000**	-.333	.627
	Sig. (2-tailed)	.667	.667		.667	.667	.667	.000	.667	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
T4	Pearson Correlation	-.333	1.000**	-.333	1	-.333	1.000**	-.333	-.333	.745
	Sig. (2-tailed)	.667	.000	.667		.667	.000	.667	.667	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
T5	Pearson Correlation	-.333	-.333	-.333	-.333	1	-.333	-.333	-.333	.870
	Sig. (2-tailed)	.667	.667	.667	.667		.667	.667	.667	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
T6	Pearson Correlation	-.333	1.000**	-.333	1.000**	-.333	1	-.333	-.333	.618
	Sig. (2-tailed)	.667	.000	.667	.000	.667		.667	.667	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
T7	Pearson Correlation	-.333	-.333	1.000**	-.333	-.333	-.333	1	-.333	.525
	Sig. (2-tailed)	.667	.667	.000	.667	.667	.667		.667	.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
T8	Pearson Correlation	1.000**	-.333	-.333	-.333	-.333	-.333	-.333	1	.671
	Sig. (2-tailed)	.000	.667	.667	.667	.667	.667	.667		.000
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4
TOTAL	Pearson Correlation	-.174	.522	.522	.522	-.870	.522	.522	-.174	1
	Sig. (2-tailed)	.826	.478	.478	.478	.130	.478	.478	.826	
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4

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

Uji Reliabilitas Kekuatan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	8

Uji Reliabilitas Kelemahan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	8

Uji Reliabilitas Peluang

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	8

Uji Reliabilitas Ancaman

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	8