

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING MELALUI PENGALAMAN PELANGGAN PADA USAHA NANA MEBEL DI KECAMATAN PAMENANG

Kepada Yth. Pelanggan Nana Mebel di Kec. Pamenang

Perkenalkan saya Dias Lutfiana Arniati mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Saat ini sedang melakukan penelitian dalam tahapan untuk menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) mengenai **“Pengaruh Diferensiasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Pengalaman Pelanggan Pada Usaha Nana Mebel di Kecamatan Pamenang”**. Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai alat untuk mengumpulkan data primer. Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan pelanggan untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner ini. Kuisioner ini adalah salah satu sarana untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penulisan skripsi. Jawaban yang pelanggan berikan dijamin kerahasiaannya. Saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran pelanggan untuk mengisi kuisioner ini. Oleh karena itu saya mengucapkan terimakasih . semoga amal baik pelanggan mendapat balasan dari Allah swt. Amiin.

Hormat Saya

Dias Lutfiana Arniati

A. Data Responden

- No Responden :
- Jenis Kelamin : ☐ Laki – laki
☐ Perempuan
- Usia : ☐ < 20 tahun
☐ 20 – 30 tahun
☐ 31 – 40 tahun
☐ 41 – 50 tahun
☐ > 50 tahun
- Frekuensi pembelian : ☐ 1 kali
☐ 2 – 3 kali
☐ > 3 kali

B. Pertanyaan

Petunjuk pengisian : Silahkan beri tanda (✓) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat dan pengalaman anda untuk setiap pertanyaan.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

1. Keunggulan Bersaing (Y – Variabel Dependen)

NO	PERTANYAAN	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Diferensiasi Produk					
1.	Model dari Nana Mebel mengikuti tren dan cocok untuk rumah modern maupun tradisional.				
2.	Produk dari Nana Mebel punya fitur tambahan seperti laci tersembunyi atau bentuk lipat yang fungsional.				
3.	Mebel dari Nana Mebel kuat, tahan lama, dan tidak mudah rusak meskipun dipakai dalam jangka panjang.				
Keunggulan Biaya					
4.	Produk dari Nana Mebel tidak memerlukan banyak biaya perawatan (misalnya tidak mudah lapuk/berjamur).				
5.	Produk nana mebel memiliki harga sedikit lebih tinggi yang sebanding dengan kualitasnya				
Keunggulan Layanan					
6.	Saat membeli atau komplain, nana mebel melayani dengan cepat dan tidak bertele-tele				
Keunggulan Merek					
7.	Nana Mebel dikenal masyarakat sekitar sebagai toko mebel yang sudah berpengalaman dan dipercaya.				
8.	Nana Mebel memiliki citra positif di mata pelanggan karena konsistensi mutu produk.				

Inovasi					
9.	Nana Mebel sering menghadirkan model baru dan tidak hanya menjual model lama yang umum di pasaran.				

2. Diferensiasi Produk (X – Variabel Independen)

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Produk					
10.	Produk dari Nana Mebel memiliki desain yang unik dan berbeda dari toko lain				
Pelayanan					
11.	Nana mebel memberikan layanan purnajual yang sangat membantu				
12.	Garansi yang diberikan oleh Nana Mebel memberikan rasa aman saat melakukan pembelian produk				
13.	Proses pembayaran di Nana Mebel tergolong mudah dan tidak menyulitkan pelanggan				
Saluran					
14.	Informasi produk dari nana mebel dapat diakses dengan mudah				
Personalia					
15.	Karyawan Nana Mebel melayani dengan ramah dan profesional.				
16.	Nana Mebel cepat tanggap dalam merespon pertanyaan atau keluhan pelanggan.				
Citra					

17.	Merek (brand) Nana Mebel mudah dikenali dan memiliki citra yang baik di mata pelanggan.				
18	Produk nana mebel dinilai berbeda dan lebih unggul dibandingkan produk mebel lain				

3. Pengalaman Pelanggan (Z – Variabel Intervening)

NO	PERTANYAAN	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
Personalisasi					
19.	Sering berkomunikasi sebelum maupun setelah membeli produk nana mebel				
Kemudahan Interaksi					
20.	Jarang mengalami masalah selama menggunakan produk nana mebel				
Emosi Positif					
21.	Nana Mebel terbuka terhadap saran dan keluhan pelanggan serta menanggapi dengan baik.				
22.	Merasa dihargai saat berbelanja di nana mebel				
Konsistensi					
23.	Merasa puas dengan keseluruhan pengalaman dalam membeli produk di nana mebel				

Lampiran 2. Data Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Frekuensi Pembelian
1.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
2.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
3.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
4.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	1 Kali
5.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	1 Kali
6.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	1 Kali
7.	Perempuan	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
8.	Perempuan	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
9.	Perempuan	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
10.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	1 Kali
11.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	1 Kali
12.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	2 – 3 Kali
13.	Laki-laki	41- 50 Tahun	2 – 3 Kali
14.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	1 Kali
15.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	1 Kali
16.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	1 Kali
17.	Perempuan	41 – 50 Tahun	2 – 3 Kali
18.	Perempuan	41 – 50 Tahun	2 – 3 Kali
19.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	2 – 3 Kali
20.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	1 Kali
21.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	1 Kali
22.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	1 Kali
23.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	2 – 3 Kali
24.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	2 – 3 Kali
25.	Perempuan	21 – 30 Tahun	1 Kali
26.	Perempuan	21 – 30 Tahun	1 Kali
27.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	1 Kali
28.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali

29.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
30.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	2 – 3 Kali
31.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	1 Kali
32.	Perempuan	21 – 30 Tahun	1 Kali
33.	Perempuan	21 – 30 Tahun	2 – 3 Kali
34.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	> 3 Kali
35.	Perempuan	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
36.	Perempuan	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
37.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
38.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	>3 Kali
39.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	>3 Kali
40.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	1 Kali
41.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	1 Kali
42.	Perempuan	21 – 30 Tahun	>3 Kali
43.	Perempuan	21 – 30 Tahun	>3 Kali
44.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	2 – 3 Kali
45.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	2 – 3 Kali
46.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
47.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	>3 Kali
48.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	1 Kali
49.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	1 Kali
50.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	>3 Kali
51.	Perempuan	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
52.	Perempuan	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
53.	Perempuan	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
54.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	>3 Kali
55.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	>3 Kali
56.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	>3 Kali
57.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	2 – 3 Kali
58.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	2 – 3 Kali

59.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	>3 Kali
60.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	1 Kali
61.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	1 Kali
62.	Perempuan	21 – 30 Tahun	>3 Kali
63.	Perempuan	21 – 30 Tahun	2 – 3 Kali
64.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
65.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
66.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
67.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	>3 Kali
68.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	>3 Kali
69.	Laki-laki	21 – 30 Tahun	>3 Kali
70.	Laki-laki	41 – 50 Tahun	1 Kali
71.	Perempuan	41 – 50 Tahun	1 Kali
72.	Perempuan	41 – 50 Tahun	1 Kali
73.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
74.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali
75.	Laki-laki	31 – 40 Tahun	2 – 3 Kali

Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Responden

Diferensiasi Produk (X)

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	TOTAL
1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
6	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
9	2	3	3	3	3	2	3	3	3	25
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
11	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
12	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
13	4	3	3	3	3	3	3	4	4	30
14	3	3	3	3	3	4	3	3	3	28
15	3	3	3	3	3	3	2	3	3	26
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
18	3	3	3	3	3	3	2	3	3	26
19	3	4	3	4	3	4	4	4	4	33
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
21	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
22	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
23	3	4	3	3	3	3	3	2	3	27
24	3	3	4	3	4	4	4	4	4	33
25	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

28	4	3	4	4	4	4	4	3	3	33
29	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
30	3	3	3	3	3	2	3	3	4	27
31	4	3	3	4	3	4	4	4	3	32
32	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	3	3	3	2	3	3	3	3	2	25
35	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
36	4	4	3	3	4	3	4	3	3	31
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
39	3	4	4	3	3	4	4	4	4	33
40	3	2	3	3	3	3	2	3	3	25
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
42	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26
43	3	2	3	3	3	3	3	2	3	25
44	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
45	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
46	4	4	4	3	3	4	3	3	3	31
47	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
48	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
49	3	3	3	3	2	3	3	3	4	27
50	4	4	4	3	3	3	4	3	4	32
51	3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
52	4	4	3	4	3	3	3	3	4	31
53	3	3	2	2	3	3	3	3	3	25
54	3	4	3	4	3	4	4	3	4	32
55	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
57	2	3	3	3	4	4	3	4	4	30

58	4	3	3	4	3	3	4	3	3	30
59	4	3	3	3	4	4	3	4	4	32
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
61	4	3	3	3	3	3	4	3	4	30
62	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
63	4	3	4	4	4	4	3	4	4	34
64	3	3	4	3	3	3	4	4	4	31
65	3	4	4	3	3	3	4	4	3	31
66	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
67	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
68	4	4	3	3	3	4	3	3	3	30
69	3	2	3	3	3	3	3	3	2	25
70	3	4	4	4	4	4	3	3	4	33
71	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
72	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
73	2	3	3	3	3	3	3	2	3	25
74	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
75	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35

Keunggulan Bersaing (Y)

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	27
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
8	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
9	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28

10	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
11	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
12	4	4	3	4	4	3	3	4	4	33
13	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26
14	3	3	4	3	3	4	4	3	3	30
15	3	3	3	3	3	3	2	3	3	26
16	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
19	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
20	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
21	4	4	3	4	3	4	3	4	4	33
22	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
23	2	3	3	3	3	3	3	3	2	25
24	4	4	4	4	4	3	4	4	3	34
25	4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
26	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
28	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
29	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
30	2	3	3	3	3	3	2	3	3	25
31	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
32	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
35	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
36	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
39	3	3	3	3	4	3	4	4	4	31

40	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
42	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
43	3	3	3	3	3	3	3	4	3	28
44	3	3	2	3	3	3	3	2	3	25
45	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
46	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
47	3	3	3	3	3	3	4	3	2	27
48	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
52	3	2	3	3	3	3	3	3	4	27
53	3	4	3	3	3	4	4	3	4	31
54	4	4	4	3	3	3	4	4	3	32
55	4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
56	4	3	3	4	4	4	4	4	4	34
57	3	4	4	3	4	3	4	4	4	33
58	3	3	3	2	2	3	3	3	4	26
59	3	3	3	3	3	4	3	4	3	29
60	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
61	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
62	4	3	3	2	3	3	3	3	3	27
63	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33
64	4	3	3	4	4	4	4	4	4	34
65	3	3	2	3	3	3	3	2	3	25
66	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
67	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
68	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34
69	4	3	3	2	3	3	3	3	3	27

70	3	3	3	4	3	4	3	4	4	31
71	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
72	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
73	3	2	3	3	2	3	3	3	3	25
74	4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35

Pengalaman Pelanggan (Z)

No	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	TOTAL
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	4	19
5	4	4	4	4	4	20
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	3	4	4	19
9	3	3	3	4	3	16
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	4	3	4	4	4	19
13	3	3	3	3	2	14
14	4	3	4	4	4	19
15	4	3	4	4	4	19
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	3	4	19
18	4	4	3	4	4	19
19	3	4	4	4	4	19
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20

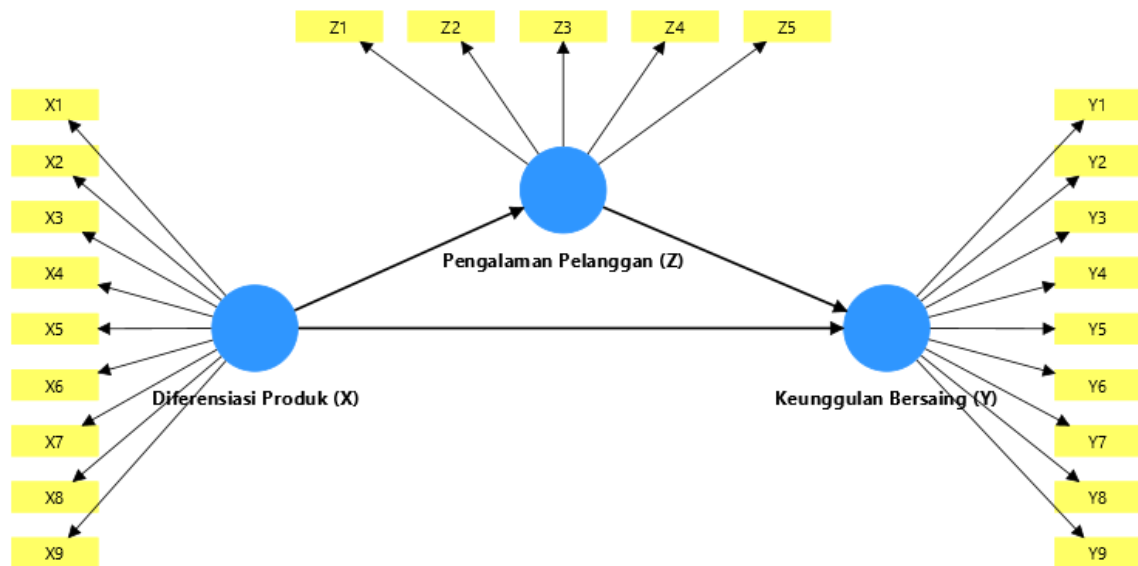
22	4	3	4	4	3	18
23	3	2	3	3	3	14
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	3	4	19
29	4	4	3	4	4	19
30	3	3	2	3	3	14
31	4	4	4	4	3	19
32	3	3	4	3	3	16
33	4	4	4	4	4	20
34	3	3	3	2	3	14
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20
38	4	3	4	4	4	19
39	4	4	3	3	4	18
40	4	4	3	4	4	19
41	4	4	4	4	4	20
42	3	2	3	3	3	14
43	4	3	4	3	3	17
44	3	3	3	3	3	15
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	2	3	3	3	3	14
48	3	3	3	4	3	16
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	3	4	19
51	4	4	4	4	4	20

52	4	4	4	4	4	20
53	2	3	3	4	3	15
54	4	3	4	4	3	18
55	4	3	4	4	4	19
56	4	4	4	3	4	19
57	3	4	3	4	4	18
58	3	2	3	3	4	15
59	4	3	4	3	4	18
60	4	4	3	3	3	17
61	4	4	4	4	4	20
62	2	3	3	3	3	14
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	3	3	3	3	3	15
66	3	2	3	3	3	14
67	3	4	4	4	3	18
68	4	4	4	4	4	20
69	3	3	3	3	4	16
70	4	3	4	4	4	19
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20
73	3	2	3	3	3	14
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20

Lampiran 4. Analisis Data SmartPLS

Model Hubungan Antar Variabel

PLS-SEM: Dias Lutfiana Arniati



Outer Loading

Outer loadings - Matrix

	Diferensiasi Produk (X)	Keunggulan Bersaing (Y)	Pengalaman Pelanggan (Z)
X1	0.714		
X2	0.727		
X3	0.766		
X4	0.732		
X5	0.780		
X6	0.789		
X7	0.744		
X8	0.769		
X9	0.796		
Y1		0.742	
Y2		0.766	
Y3		0.767	
Y4		0.792	
Y5		0.805	
Y6		0.797	
Y7		0.747	
Y8		0.815	
Y9		0.718	
Z1			0.838
Z2			0.813
Z3			0.811
Z4			0.754
Z5			0.823

Construct Reliability dan Validity

Construct reliability and validity - Overview				Copy to Excel/Word	Copy to
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_...	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracte...	
Diferensiasi Produk (X)	0.907	0.913	0.924	0.574	
Keunggulan Bersaing (Y)	0.915	0.917	0.930	0.597	
Pengalaman Pelanggan (Z)	0.867	0.869	0.904	0.653	

VIF (Variance inflation Factor)

Collinearity statistics (VIF) - Inner model - List

	VIF	
Diferensiasi Produk (X) -> Keunggulan Bersaing (Y)	1.646	
Diferensiasi Produk (X) -> Pengalaman Pelanggan (Z)	1.000	
Pengalaman Pelanggan (Z) -> Keunggulan Bersaing (Y)	1.646	

R-Square

R-square - Overview

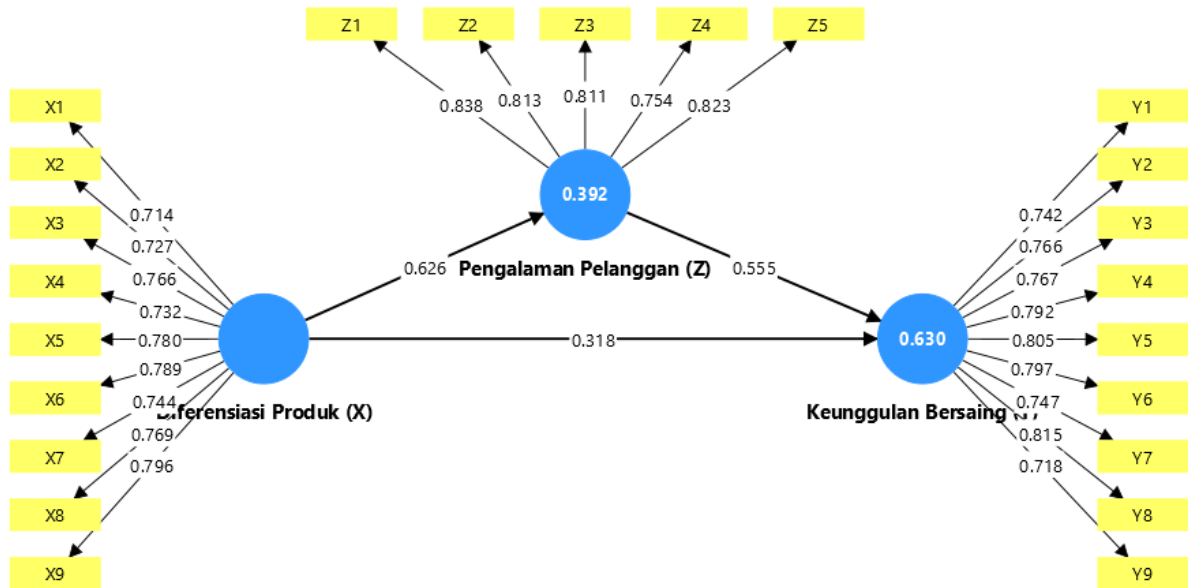
	R-square	R-square adjusted
Keunggulan Bersaing (Y)	0.630	0.620
Pengalaman Pelanggan (Z)	0.392	0.384

Discriminant Validity

Discriminant validity - Cross loadings			
	Diferensiasi Produk (X)	Keunggulan Bersaing (Y)	Pengalaman Pelanggan (Z)
X1	0.714	0.403	0.508
X2	0.727	0.382	0.398
X3	0.766	0.470	0.496
X4	0.732	0.489	0.498
X5	0.780	0.459	0.382
X6	0.789	0.615	0.589
X7	0.744	0.504	0.332
X8	0.769	0.567	0.467
X9	0.796	0.582	0.533
Y1	0.487	0.742	0.620
Y2	0.477	0.766	0.531
Y3	0.419	0.767	0.637
Y4	0.567	0.792	0.592
Y5	0.542	0.805	0.596
Y6	0.580	0.797	0.619
Y7	0.489	0.747	0.452
Y8	0.525	0.815	0.634
Y9	0.533	0.718	0.534
Z1	0.551	0.561	0.838
Z2	0.526	0.672	0.813
Z3	0.533	0.624	0.811
Z4	0.448	0.591	0.754
Z5	0.465	0.590	0.823

Bootstrapping

Graphic



Direct effect

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

Copy to Excel/Word

Copy to R

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Differensiasi Produk (X) -> Keunggulan Bersaing (Y)	0.318	0.332	0.129	2.470	0.014
Differensiasi Produk (X) -> Pengalaman Pelanggan (Z)	0.626	0.636	0.066	9.510	0.000
Pengalaman Pelanggan (Z) -> Keunggulan Bersaing (Y)	0.555	0.546	0.122	4.554	0.000

Indirect effect

Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values

Copy to Excel/Word

Copy to R

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Differensiasi Produk (X) -> Keunggulan Bersaing (Y) via Pengalaman Pelanggan (Z)	0.348	0.347	0.083	4.164	0.000

DOKUMENTASI



Jenis Produk



Tempat Usaha



Responden 1



Responden 2



Responden 3



Responden 4