

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

- ❖ 1A : Kuisisioner
- ❖ 1B : Deskripsi Statistik data penelitian

Lampiran 1A:

KUISIONER

❖ Tentang Kuisisioner

Studi ini didesain dan dijalankan oleh Philipus Augustinus Kua Wanda, kandidat Magister Manajemen Strategik pada Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya. Tujuan yang hendak dicapai dari studi ini adalah mendapatkan pemahaman tentang faktor-faktor strategi yang mempengaruhi kinerja perusahaan-perusahaan manufaktur yang tercatat sebagai emiten pada Bursa Efek Indonesia.

Partisipasi Bapak atau Ibu dalam studi ini bersifat sukarela. Meskipun demikian, partisipasi aktif Bapak atau Ibu sangat diharapkan, baik untuk studi ini maupun sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi MM saya.

❖ Tentang Kerahasiaan

Peneliti berjanji untuk menjaga kerahasiaan atas seluruh jawaban yang telah diberikan secara lengkap. Kuisisioner yang telah dijawab dengan lengkap akan dikodifikasi dan dikumpulkan secara eksklusif oleh peneliti. Tidak ada jawaban-jawaban individual atau perusahaan-perusahaan yang dapat dengan mudah diidentifikasi dalam laporan ini. Hanya data yang terkumpul akan dianalisis, ditafsirkan, dan dilaporkan.

❖ Contacting the researcher

Name : Philipus Augustinus Kua Wanda

Addres : Perumahan Pondok Sedati Asri, GC/17, Sidoarjo, Jawa Timur

Phone : 081-334722-504

Email : alfonsus33@yahoo.com; Philips.august@Gmail.com

❖ Pengiriman Jawaban

Setelah mengisi kuisioner ini, mohon dapat mengirimkannya kembali melalui fax atau surat ke alamat sebagai berikut:

❖ Melalui Fax:

(031) 5682211:

Contact Person: Novi, Fifi (MM Administration)

Program MM

Universitas Katholik Widya Mandala

Up. Sdr. Philipus Augustinus Kua Wanda

❖ Melalui Surat:

Philipus Agustinus Kua Wanda

Perumahan Pondok Sedati Asri GC/17,

Sidoarjo – Jawa Timur

atau

Philipus Agustinus Kua Wanda

Program Pasca Sarjana

Universitas Katholik Widya Mandala

Jl. Dinoyo No. 42 – 44

Surabaya – Jawa Timur

❖ Petunjuk:

1. Untuk semua pertanyaan, pilih salah satu jawaban yang menunjukkan penilaian terbaik anda sebagaimana adanya.
Tidak ada jawaban yang benar atau salah.

2. Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini, secara berurutan, sesuai dengan nomor urut yang diberikan agar tidak ada pertanyaan yang terlupakan. Setiap pertanyaan akan diterangkan agar dapat dipahami dan dijawab dengan mudah.

I. Karakteristik Responden

❖ Manufacturing Industry spesification:

1. Basic industry and chemicals
2. Miscellaneous
3. Consumer Goods Industry
4. Others (mention).....

❖ Subsector spesification:.....

❖ Position:.....

II. Bagian Kedua

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini, dengan melingkari salah satu angka, 1 sampai dengan 7.

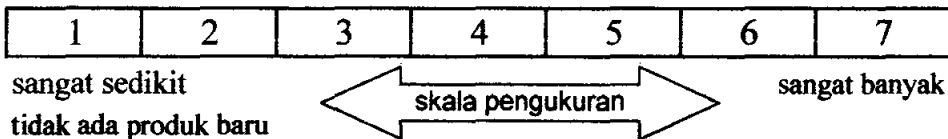
2.1 *NEW PRODUCT INTRODUCTION*

Produk baru berbeda dari penyempurnaan produk atau perluasan lini produk. Penyempurnaan produk, misalnya, perubahan tahunan model mobil. Perluasan lini produk, misalnya, penambahan bau yang khas pada lini produk parfum. Produk baru memiliki karakteristik demikian: periode pengembangan yang lama, adanya perubahan-perubahan besar dalam proses produksi, budget promosi yang terpisah, dan manajemen produk yang terpisah. Produk baru,

misalnya, televisi berwarna yang ditambahkan pada lini produk televisi hitam-putih.

Pertanyaan:

- ⊥ Seberapa banyak produk baru yang diperkenalkan oleh perusahaan anda pada kurun waktu 4 tahun terakhir?



2.2 KEBIJAKAN-KEBIJAKAN TERHADAP PRODUK

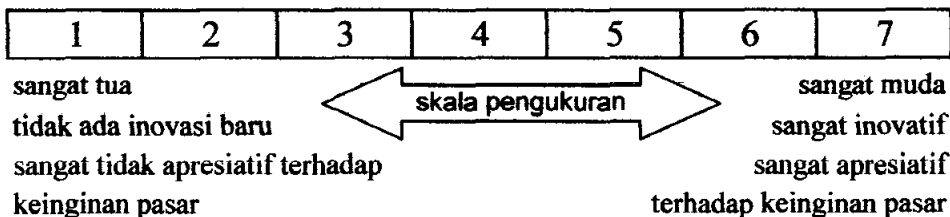
Merupakan kumpulan kebijakan yang berkaitan dengan produk perusahaan. Kebijakan yang dimaksud terkait dengan: umur produk, siklus hidup produk, hak patent, standarisasi produk, frekuensi perubahan lini produk, dan perubahan teknologi. Pertanyaan-pertanyaan kuisioner tentang aspek-aspek tersebut, ada di bawah ini.

2.2.1 Umur Produk

Menunjukkan usia produk yang diproduksi oleh perusahaan menggunakan teknologi terbaru. Terbaru, artinya yang saat ini sedang digunakan.

Pertanyaan:

- ⊥ Sejauh manakah usia produk perusahaan anda?

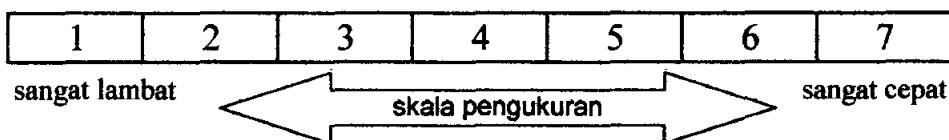


2.2.2 Siklus Hidup Produk

Siklus hidup produk meliputi 4 fase, yaitu fase awal (*introduction*), pertumbuhan (*growth*), *maturity*, dan penurunan (*decline*). Dengan demikian, jawaban terhadap siklus hidup produk akan menggambarkan pada fase mana produk perusahaan berada. Sebagai patokan penilaian, pada fase mana produk perusahaan berada adalah tingkat (persentase) pertumbuhan permintaan produk. Penelitian sebelumnya (PIMS) menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan permintaan produk tertinggi terletak pada fase *growth*. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat pertumbuhan permintaan produk, menunjukkan bahwa produk berada pada fase pertumbuhan (*growth*), yang menggambarkan juga bahwa perubahan teknologi dan struktur persaingan masih sedang berubah. Bagi PIMS, tingkat permintaan produk pada fase ini, yang mencapai $\geq 10\%$ per tahun (dalam nilai riil) menunjukkan pula bahwa perubahan perkembangan produk sangat cepat. Jadi, Semakin tinggi skor yang diberikan, menunjukkan bahwa produk perusahaan terletak pada fase *growth*.

Pertanyaan:

| Sejauh manakah kecepatan perubahan perkembangan produk perusahaan anda pada tahun 2007?

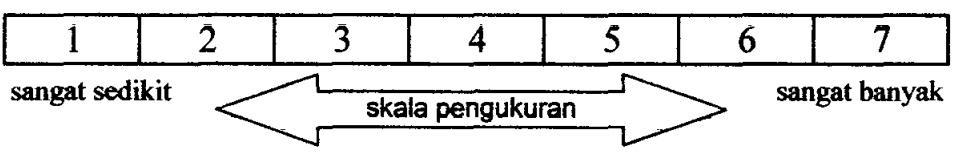


2.2.3 Hak Patent

Hak paten merupakan hak cipta atau kekayaan intelektual yang dimiliki oleh perusahaan, baik terhadap produk maupun proses produksi.

Pertanyaan:

⊥ Seberapa banyakkah hak paten atas produk atau proses produksi perusahaan anda?

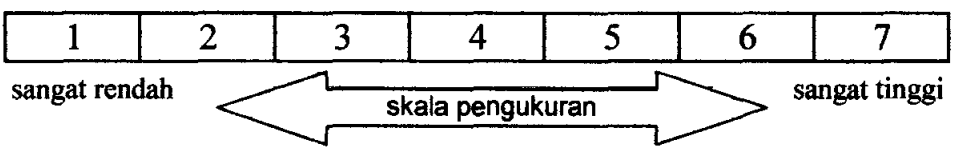


2.2.4 Standarisasi Produk

Merupakan kebijakan perusahaan memproduksi produk untuk semua konsumen atau hanya untuk kalangan tertentu. Semakin tinggi skor yang diberikan, menunjukkan bahwa produk tersebut diperuntukkan bagi semua konsumen.

Pertanyaan:

⊥ Sejauh manakah tingkat standarisasi produk perusahaan anda?

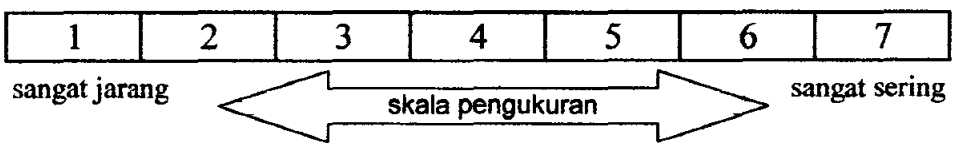


2.2.5 Frekuensi Perubahan Lini Produk

Merujuk pada seringnya perusahaan menambah atribut-atribut baru pada produk-produk lama, atau penyempurnaan bentuk produk.

Pertanyaan:

⊥ Seberapa seringkah perusahaan anda melakukan perubahan pada lini produk?

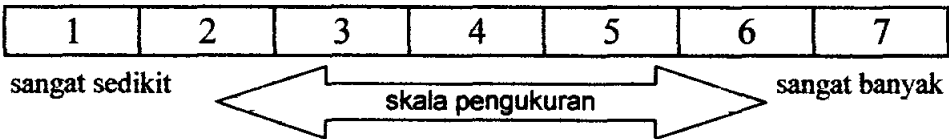


2.2.6 Perubahan Teknologi.

Merujuk pada banyaknya perubahan teknologi, atau metode produksi dalam memproduksi produk.

Pertanyaan:

⊕ Seberapa banyakkah perubahan teknologi dalam memproduksi produk perusahaan anda?

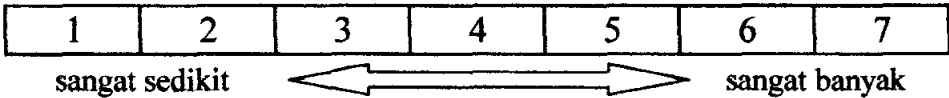


2.3 JARINGAN DISTRIBUSI

Merupakan banyaknya jaringan distribusi yang dimiliki oleh perusahaan, secara relatif, dibandingkan dengan para pesaing utama. Jaringan distribusi ini, hendaknya, dipahami secara umum, artinya baik yang menjadi milik perusahaan maupun keagenan.

Pertanyaan:

⊕ Seberapa banyakkah jaringan distribusi perusahaan anda?

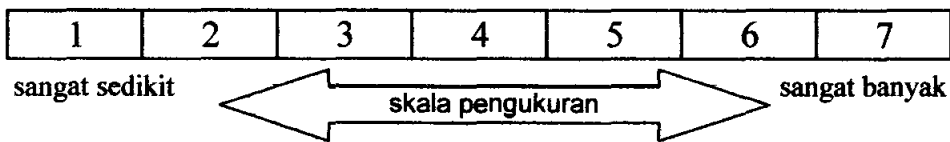


2.4 KONSENTRASI SUPLIER

Merupakan gambaran kebijakan perusahaan membeli bahan baku produk pada para suplier. Semakin besar skor yang diberikan, artinya tingkat konsentrasi suplier sangat tinggi. Ini menunjukkan bahwa perusahaan hanya melakukan pembelian bahan baku pada beberapa suplier saja.

Pertanyaan:

| Sejauh manakah tingkat konsentrasi supplier perusahaan anda?

**III. Bagian Ketiga****❖ Petunjuk:**

1. Tulislah jawaban-jawaban anda pada titik-titik yang telah disediakan
2. Jawablah sebagaimana adanya, sesuai dengan kondisi riil perusahaan
3. Tidak ada jawaban yang benar atau salah

3.1 Biaya Marketing. Merujuk pada total biaya marketing yang digunakan oleh perusahaan. Biaya-biaya marketing terdiri dari:

- *Sales Force*, biaya marketing yang berkaitan dengan kompensasi dan biaya-biaya yang diberikan untuk tenaga penjualan, komisi-komisi yang dibayarkan kepada para agen atau *broker*, dan biaya-biaya administrasi tenaga penjualan.
- *Advertising Media*, merujuk pada biaya-biaya periklanan, baik waktu penayangan maupun *space* iklan. Termasuk juga komisi yang diberikan untuk agen periklanan.
- *Sales Promotion*, merujuk pada biaya-biaya yang berkaitan dengan penerbitan catalog, pameran, pertunjukkan, dan penurunan pendapatan karena adanya program pemotongan harga sementara.

- *Other Marketing Cost*, merujuk pada biaya marketing lainnya yang tidak termasuk dalam tiga kategori di atas. Termasuk dalam kategori ini adalah biaya-biaya *marketing administration*, dan *marketing research*.

Pertanyaan:

- | Berapakah persentase perbandingan antara total biaya marketing dan total penjualan pada 4 tahun terakhir?

1. 2004 =%
2. 2005 =%
3. 2006 =%
4. 2007 =%

3.2 Biaya Riset dan Pengembangan. Merujuk pada perbandingan antara biaya R&D produk (termasuk pula, R&D proses produksi) dan total penjualan produk.

Pertanyaan:

- + Berapakah persentase perbandingan antara biaya R&D produk dan total penjualan produk pada 4 tahun terakhir?

1. 2004=%
2. 2005=%
3. 2006=%
4. 2007=%

Thank you, for completing this survey,

Terimakasih atas kesediaan Anda mengisi kuisisioner ini

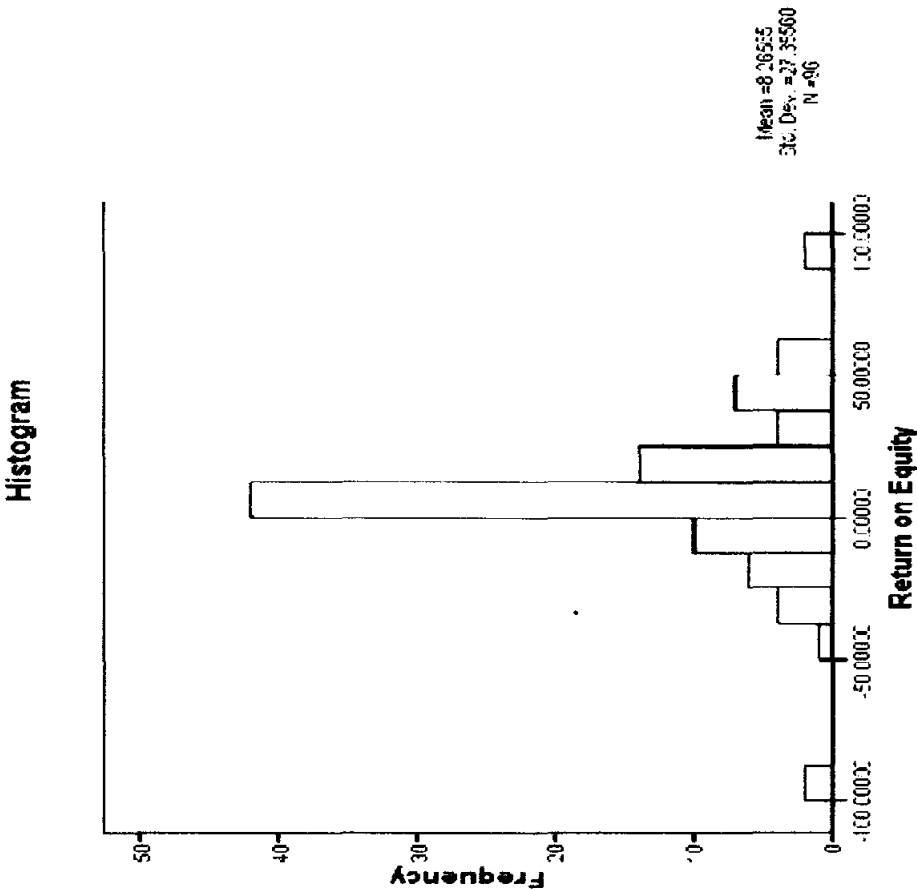
Lampiran 1B:

Deskripsi Data Penelitian

Dependent Variable

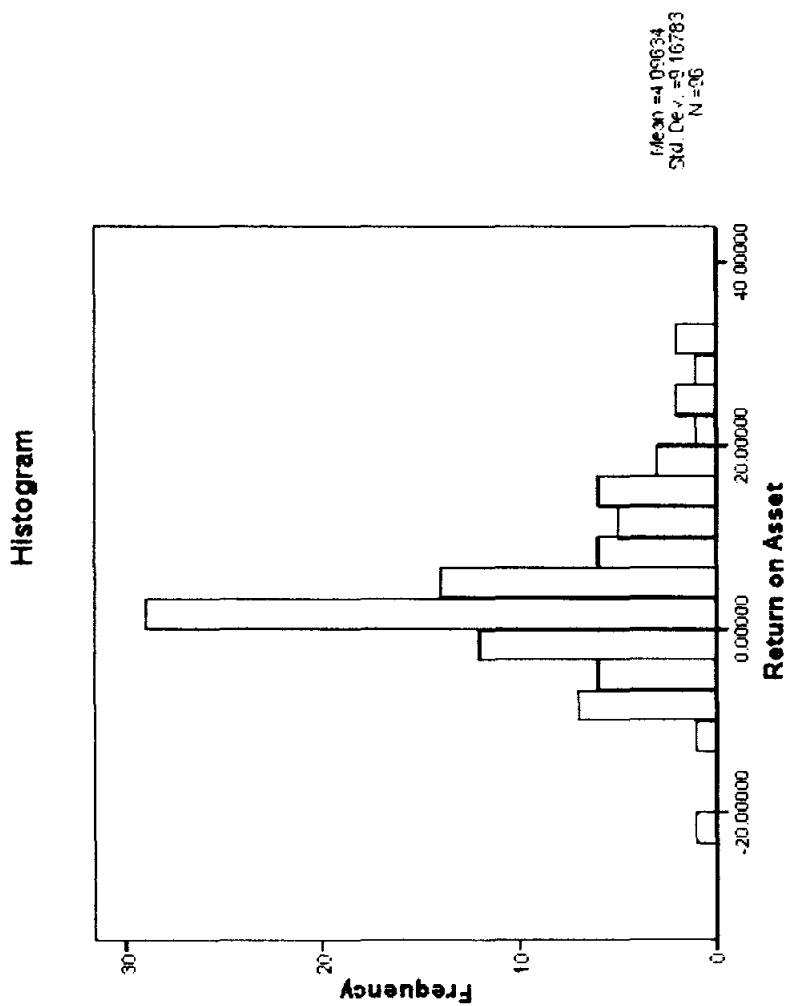
Statistics

Return on Equity		
N	Valid	96
	Missing	0
Mean		8.2656505
Std. Error of Mean		2.791969
Median		5.6467116
Std. Deviation		27.35560
Variance		748.329
Range		189.19000
Minimum		-91.69000
Maximum		97.50000



Statistics

Return on Asset		
N	Valid	96
	Missing	0
Mean		4.0963375
Std. Error of Mean		.93568763
Median		2.1600000
Std. Deviation		9.167829
Variance		84.049
Range		52.21000
Minimum		-20.83000
Maximum		31.38000

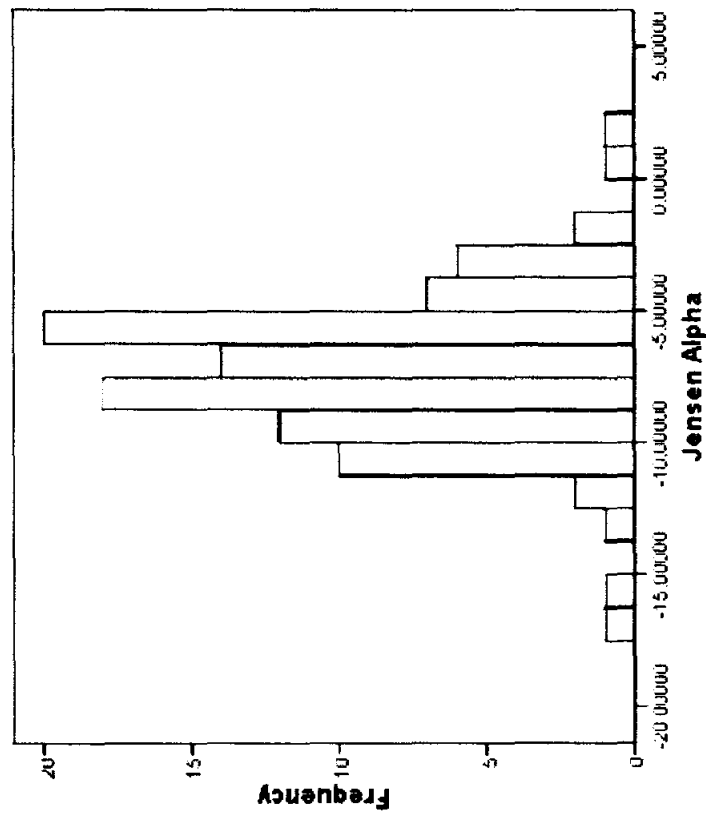


Statistics

Jensen Alpha

N	Valid	96
	Missing	0
Mean		-7.20977
Std. Error of Mean		.31110015
Median		-7.23065
Std. Deviation		3.048147
Variance		9.291
Range		18.93490
Minimum		-17.18000
Maximum		1.75490

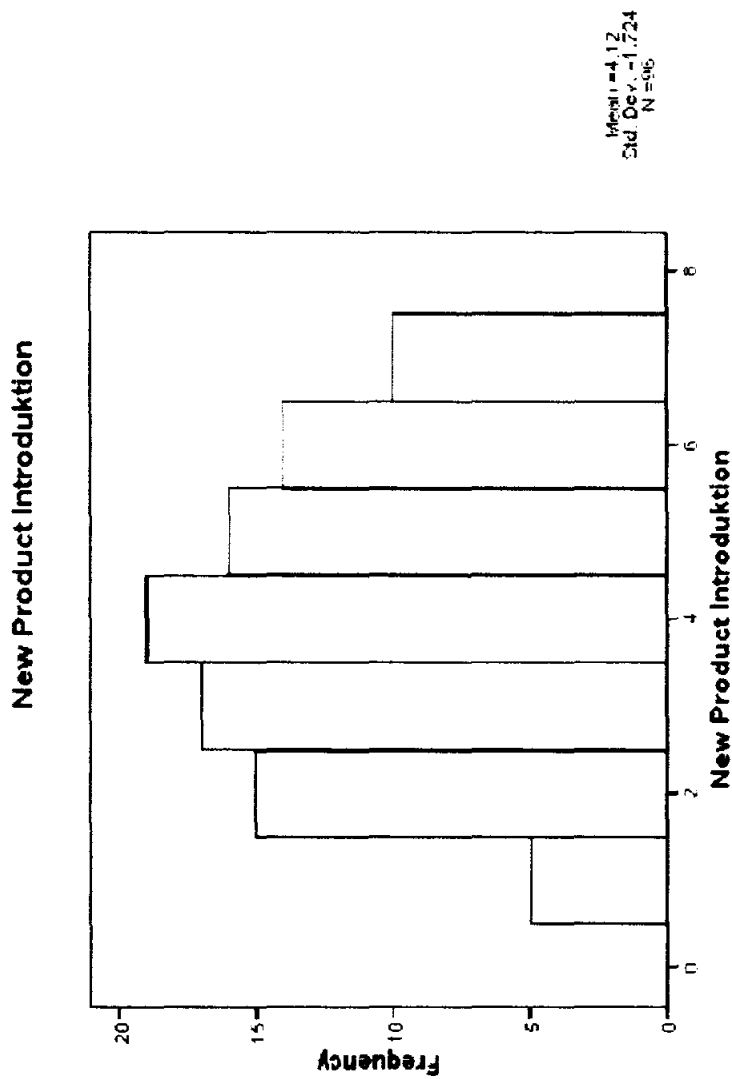
Histogram

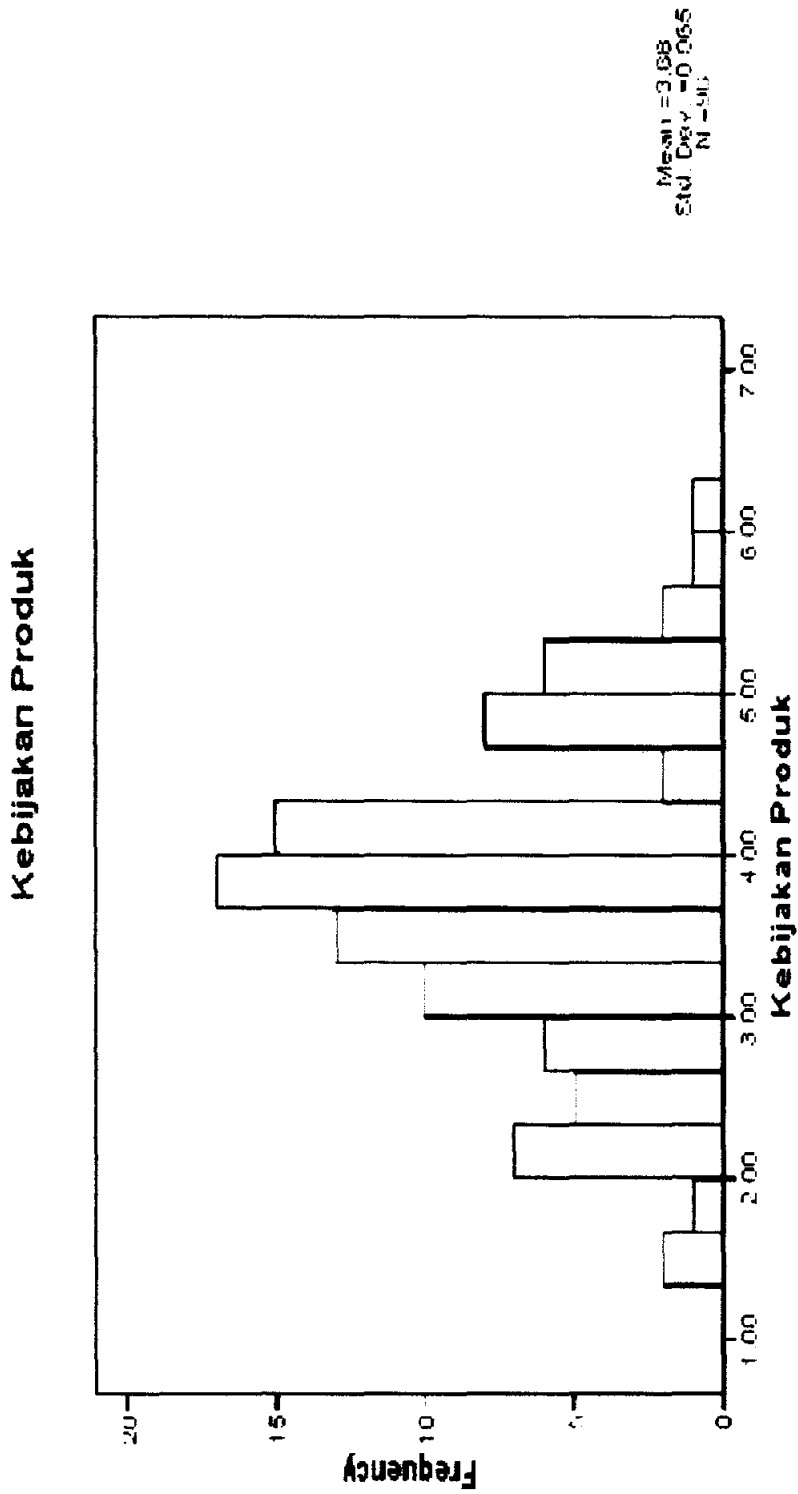


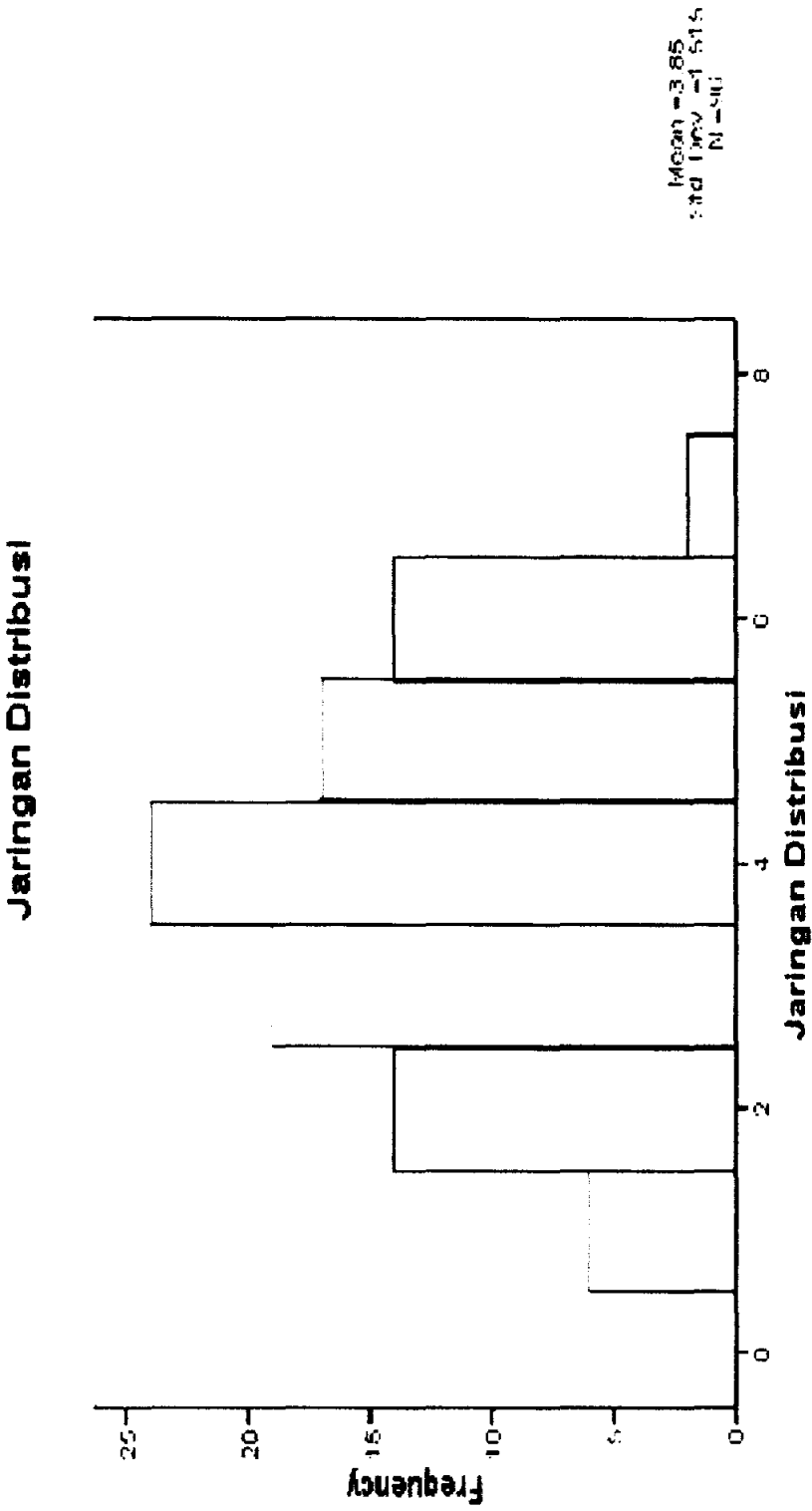
Independent Variable

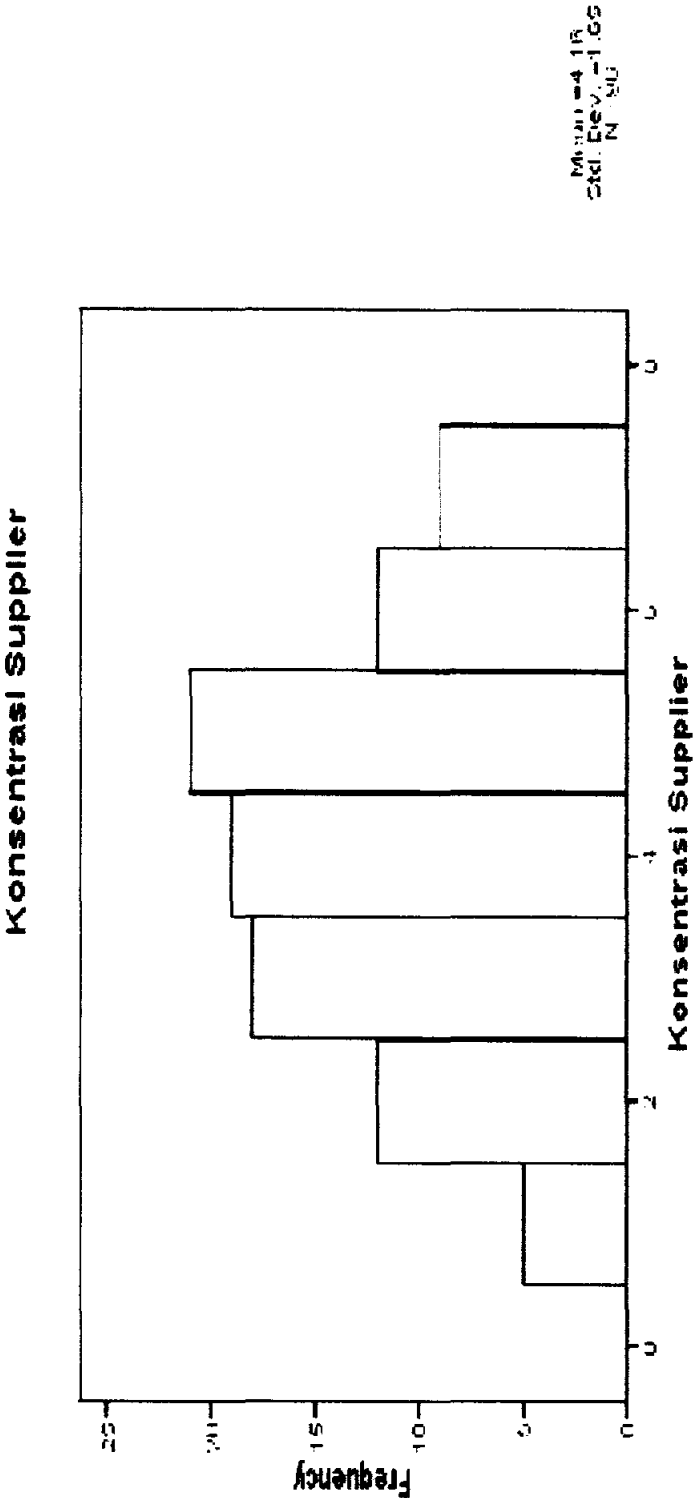
Statistics

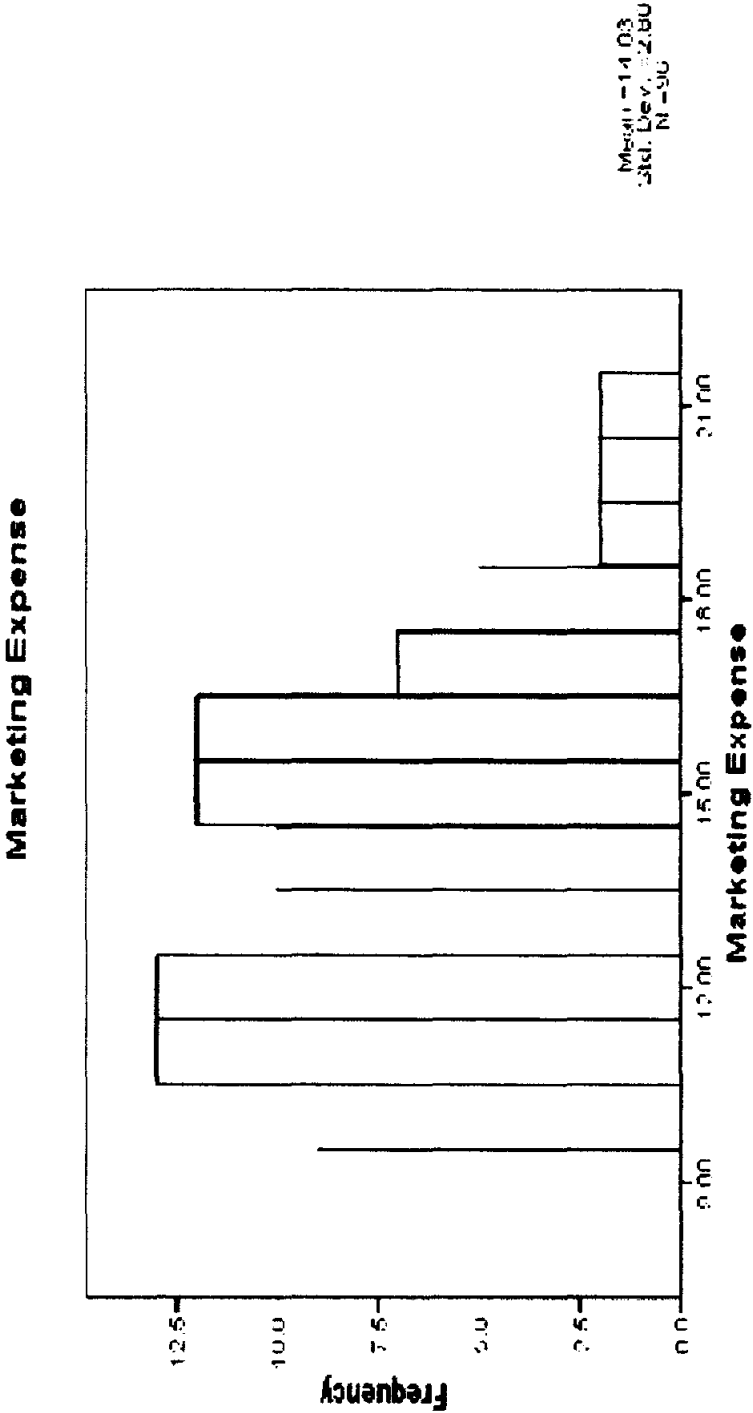
		New Product Introduktion	Kebijakan Produk	Jaringan Distribusi	Konsentrasi Supplier	Marketing Expense	Riset & Developpt
N	Valid	96	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0	0

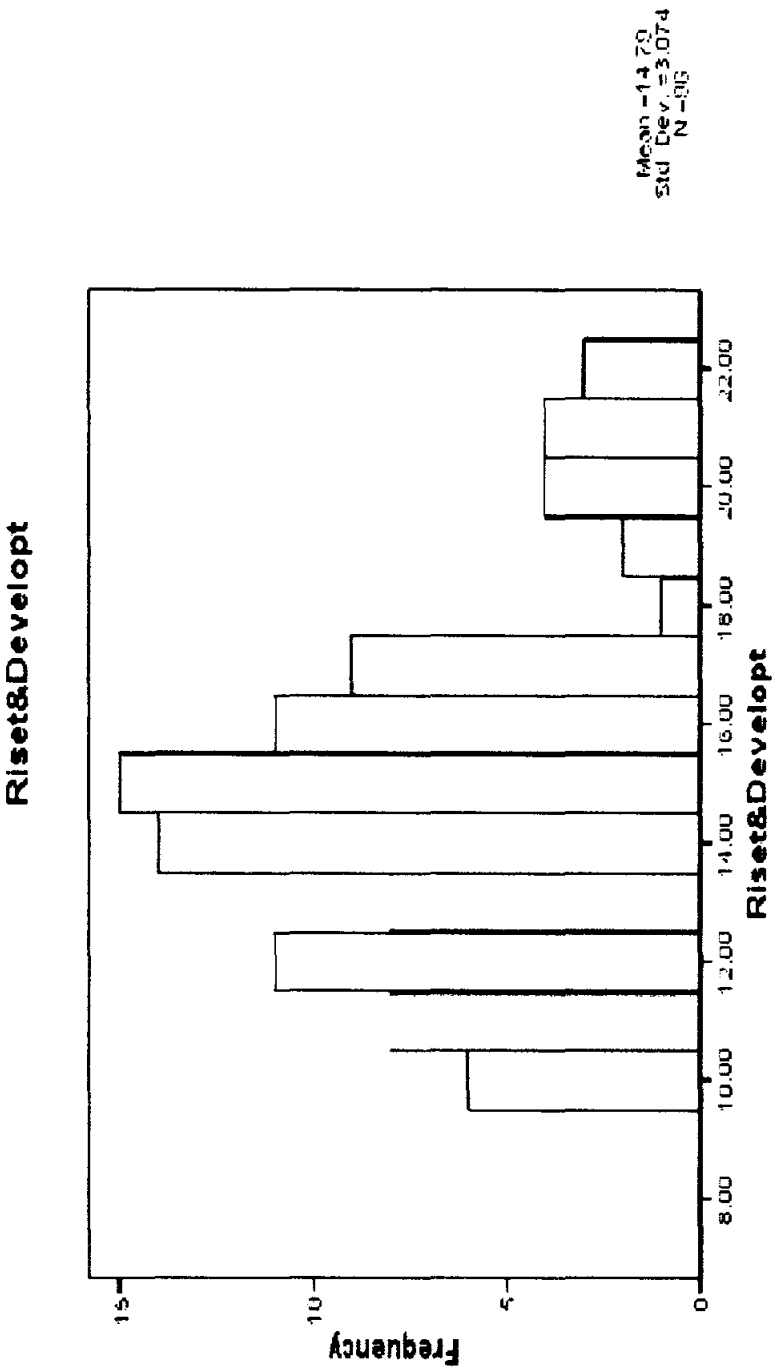












LAMPIRAN 2

- ❖ 2A : Uji Validitas dan Reliabilitas
- ❖ 2B : Uji Kolmogorov-Smirnov

LAMPIRAN 2A:

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Correlations

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p_total
p1	Pearson Correlation	1	.038**	.487**	.208**	.334**	.257*	.760**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.008	.001	.011	.000
	N	96	96	96	93	96	96	96
p2	Pearson Correlation	.638**	1	.450**	.364**	.225*	.227*	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.026	.026	.000
	N	96	96	96	93	96	96	96
p3	Pearson Correlation	.487**	.450**	1	.599**	.182	.180	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.076	.080	.000
	N	96	96	96	93	96	96	96
p4	Pearson Correlation	.268**	.364**	.599**	1	.107	.223*	.618**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000		.300	.029	.000
	N	96	96	96	93	96	96	96
p5	Pearson Correlation	.334**	.225*	.182	.107	1	.514**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.001	.028	.076	.300		.000	.000
	N	96	96	96	93	96	96	96
p6	Pearson Correlation	.257*	.227*	.180	.223*	.514**	1	.612**
	Sig. (2-tailed)	.011	.026	.080	.029	.000		.000
	N	96	96	96	93	96	96	96
p_total	Pearson Correlation	.760**	.708**	.703**	.618**	.608**	.612**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	93	96	96	96

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.747	.753	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
p1	3.7083	1.77062	96
p2	3.5313	1.25617	96
p3	3.5521	1.33669	96
p4	3.6250	1.43086	96
p5	3.9063	1.55650	96
p6	3.7708	1.53883	96

Inter-Item Correlation Matrix

	p1	p2	p3	p4	p5	p6
p1	1.000	.638	.487	.268	.334	.257
p2	.638	1.000	.450	.364	.225	.227
p3	.487	.450	1.000	.599	.182	.180
p4	.268	.364	.599	1.000	.107	.223
p5	.334	.225	.182	.107	1.000	.514
p6	.257	.227	.180	.223	.514	1.000

Inter-Item Covariance Matrix

	p1	p2	p3	p4	p5	p6
p1	3.135	1.420	1.152	.679	.920	.701
p2	1.420	1.578	.756	.654	.440	.439
p3	1.152	.756	1.787	1.146	.379	.370
p4	.679	.654	1.146	2.047	.238	.492
p5	.920	.440	.379	.238	2.423	1.231
p6	.701	.439	.370	.492	1.231	2.368

OUTPUT SPSS 15.0

Created by WANDA Last printed 8/1/2008 03:15:00 AM

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	18.3854	22.492	.580	.496	.683
p2	18.5625	26.375	.575	.452	.693
p3	18.5417	25.977	.558	.478	.694
p4	18.4688	26.904	.432	.397	.725
p5	18.1875	26.533	.400	.312	.736
p6	18.3229	26.537	.408	.298	.733

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
22.0938	35.370	5.94727	6

OUTPUT SPSS 15.0

Created by WANDA Last printed 8/1/2008 03:15:00 AM

Korelasi Antara	Perbandingan Nilai Korelasi			Perbandingan Probabilitas			KESIMPULAN
	Pearson Correlation	r tabel (N=90, $\alpha=5\%$)	Keterangan	p-value	Sig.(2-tailed)	Keterangan	
Item No.1 dan Total	0.673	0.205	r positif, r hitung> r tabel	0.000	0.05	$p < Sig.$	valid
Item No.2 dan Total	0.751	0.205	r positif, r hitung> r tabel	0.000	0.05	$p < Sig.$	valid
Item No.3 dan Total	0.711	0.205	r positif, r hitung> r tabel	0.000	0.05	$p < Sig.$	valid
Item No.4 dan Total	0.621	0.205	r positif, r hitung> r tabel	0.000	0.05	$p < Sig.$	valid
Item No.5 dan Total	0.453	0.205	r positif, r hitung> r tabel	0.000	0.05	$p < Sig.$	valid
Item No.6 dan Total	0.527	0.205	r positif, r hitung> r tabel	0.000	0.05	$p < Sig.$	valid

LAMPIRAN 2B:

UJI KOLMOGOROV-SMIRNOV

N Par Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
New Product Introduction	96	4.13	1.724	1	7
Kebijakan Produk	96	3.6753	.96499	1.33	6.00
Jaringan Distribusi	96	3.85	1.515	1	7
Konsentrasi Supplier	96	4.16	1.650	1	7
Marketing Expense	96	4.0313	2.80020	10.00	21.00
Riset&Development	96	4.7917	3.07423	10.00	22.00

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	New Product Introduction	Kebijakan Produk	Jaringan Distribusi	Konsentrasi Supplier	Marketing Expense	Riset&Development
N	96	96	96	96	96	96
Normal Parameter Mean	4.13	3.6753	3.85	4.16	4.0313	4.7917
Std. Deviation	1.724	.96499	1.515	1.650	2.80020	3.07423
Most Extreme Differences Absolute	.128	.105	.132	.133	.130	.119
Positive	.128	.070	.120	.123	.130	.119
Negative	-.112	-.105	-.132	-.133	-.075	-.069
Kolmogorov-Smirnov Z	1.257	1.029	1.294	1.303	1.278	1.164
Asymp. Sig. (2-tailed)	.085	.241	.070	.067	.076	.133

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN 3

- ❖ 3A : Return on Equity
- ❖ 3B : Return on Asset
- ❖ 3C : Jensen's Alpha

LAMPIRAN 3A:

RETURN ON EQUITY

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Return on Equity	7.0176686	25.93789874	96
New Product Introduktion	4.13	1.724	96
Kebijakan Produk	3.6753	.96499	96
Jaringan Distribusi	3.85	1.515	96
Konsentrasi Supplier	4.16	1.650	96
Marketing Expense	14.0313	2.80020	96
Riset&Developt	14.7917	3.07423	96

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Riset&Developt, New Product Introduktion, Konsentrasi Supplier, Jaringan Distribusi, Marketing Expense, Kebijakan Produk		Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Return on Equity

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.964 ^a	.929	.925	7.11586708

- a. Predictors: (Constant), Riset&Developt, New Product Introduktion, Konsentrasi Supplier, Jaringan Distribusi, Marketing Expense, Kebijakan Produk
- b. Dependent Variable: Return on Equity

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	407.021	6	9901.170	195.538	.000 ^a
	Residual	506.565	89	50.636		
	Total	913.586	95			

a. Predictors: (Constant), Riset&Developt, New Product Introduct Supplier, Jaringan Distribusi, Marketing Expense, Kebijakan Pr

b. Dependent Variable: Return on Equity

Residuals Statistics

	Minimum	Maximum	Mean	d. Deviatid	N
Predicted Val	2.9145	.40987	176686	00674034	96
Residual	4.0812	.03014	000000	8749074	96
Std. Predicted	-2.797	2.655	.000	1.000	96
Std. Residual	-4.789	2.253	.000	.968	96

a. Dependent Variable: Return on Equity

Correlations

		Return on Equity	New Product Introduktion	Kebijakan Produk	Jaringan Distribusi	Konsentrasi Supplier	Marketing Expense	Riset& Developt
Pearson Correlation	Return on Equity	1.000	.148	.949	.571	.154	.609	.467
	New Product Introduktion	.148	1.000	.072	.051	-.018	.084	.041
	Kebijakan Produk	.949	.072	1.000	.517	.160	.702	.432
	Jaringan Distribusi	.571	.051	.517	1.000	-.024	.423	.380
	Konsentrasi Supplier	.154	-.018	.160	-.024	1.000	.256	.069
	Marketing Expense	.609	.084	.702	.423	.256	1.000	.436
	Riset&Developt	.467	.041	.432	.380	.069	.436	1.000
Sig. (1-tailed)	Return on Equity		.075	.000	.000	.068	.000	.000
	New Product Introduktion	.075		.243	.310	.431	.207	.347
	Kebijakan Produk	.000	.243		.000	.060	.000	.000
	Jaringan Distribusi	.000	.310	.000		.406	.000	.000
	Konsentrasi Supplier	.068	.431	.060	.406		.006	.253
	Marketing Expense	.000	.207	.000	.000	.006		.000
	Riset&Developt	.000	.347	.000	.000	.253	.000	
N	Return on Equity	96	96	96	96	96	96	96
	New Product Introduktion	96	96	96	96	96	96	96
	Kebijakan Produk	96	96	96	96	96	96	96
	Jaringan Distribusi	96	96	96	96	96	96	96
	Konsentrasi Supplier	96	96	96	96	96	96	96
	Marketing Expense	96	96	96	96	96	96	96
	Riset&Developt	96	96	96	96	96	96	96

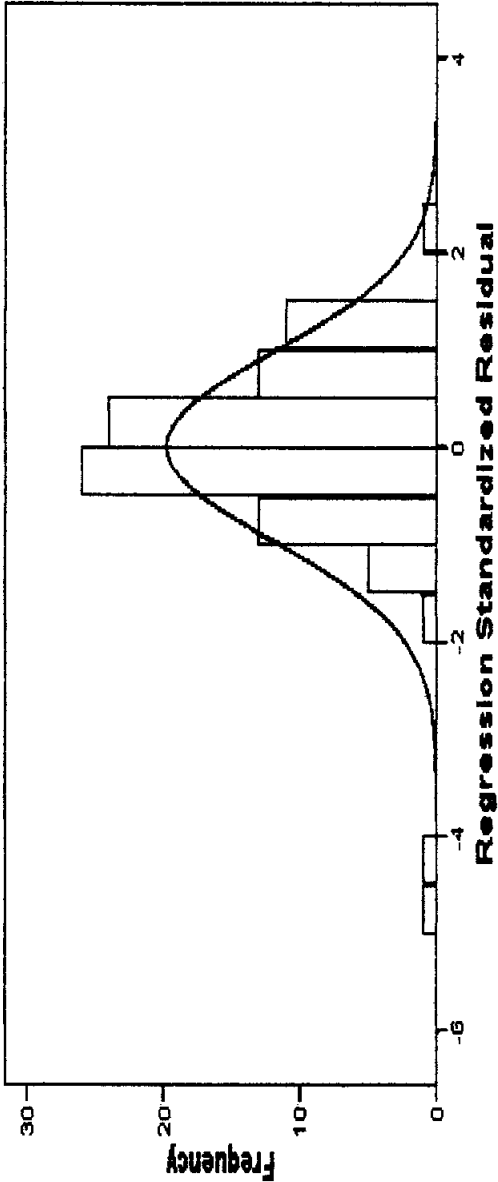
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-91.273	4.662		-19.580	.000		
	New Product Intro	1.267	.425	.084	2.979	.004	.991	1.009
	Kebijakan Produk	25.826	1.140	.961	22.653	.000	.440	2.271
	Jaringan Distribusi	1.904	.582	.111	3.270	.002	.685	1.459
	Konsentrasi Supp	.638	.464	.041	1.377	.172	.911	1.098
	Marketing Expens	-1.504	.385	-.162	-3.908	.000	.459	2.180
	Riset&Developm	.626	.274	.074	2.285	.025	.751	1.331

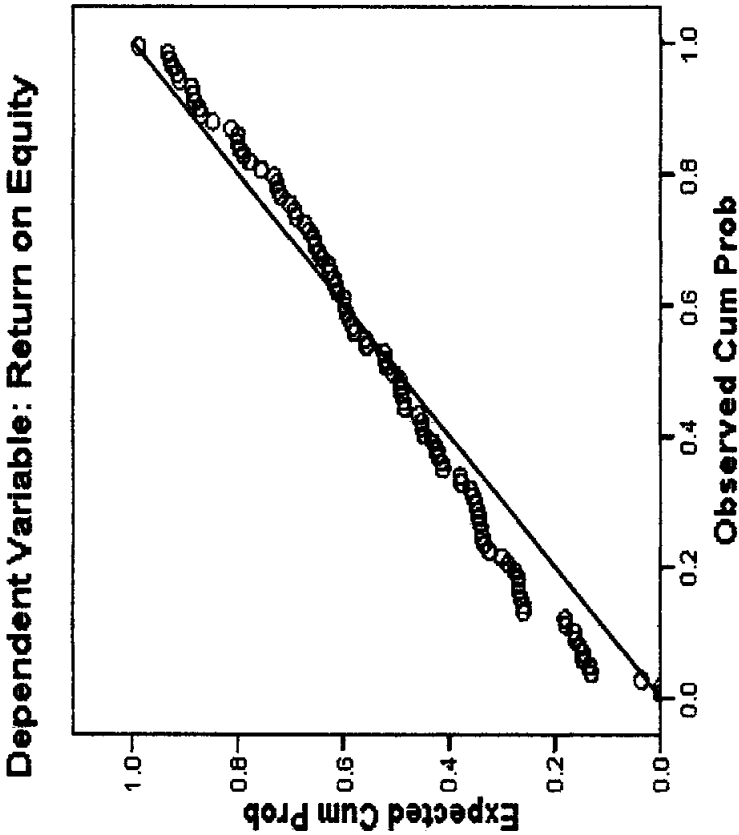
a. Dependent Variable: Return on Equity

Histogram

Dependent Variable: Return on Equity

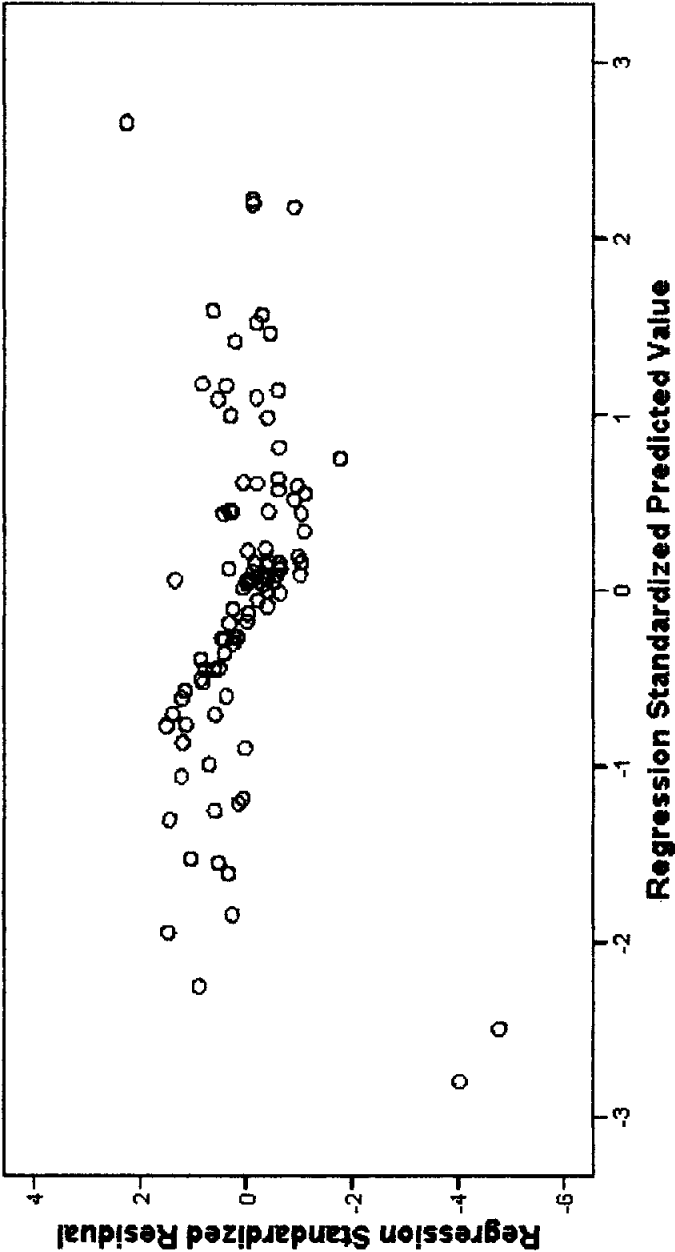


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: Return on Equity



LAMPIRAN 3B:**RETURN ON ASSET****Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Return on Asset	4.0973791	9.16647391	96
New Product Introduction	4.13	1.724	96
Kebijakan Produk	3.6753	.96499	96
Jaringan Distribusi	3.85	1.515	96
Konsentrasi Supplier	4.16	1.650	96
Marketing Expense	14.0313	2.80020	96
Riset & Developmt	14.7917	3.07423	96

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Riset & Developmt, New Product Introduction, Konsentrasi Supplier, Jaringan Distribusi, Marketing Expense, Kebijakan Produk		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Return on Asset

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.973 ^a	.947	.943	2.18885244

a. Predictors: (Constant), Riset & Developmt, New Product Introduction, Konsentrasi Supplier, Jaringan Distribusi, Marketing Expense, Kebijakan Produk

b. Dependent Variable: Return on Asset

ANOVA

Mode		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	555.898	6	1259.316	262.846	.000 ^a
	Residual	426.406	89	4.791		
	Total	982.303	95			

a. Predictors: (Constant), Riset & Developmt, New Product Introd
Supplier, Jaringan Distribusi, Marketing Expense, Kebijakan Pr

b. Dependent Variable: Return on Asset

Residuals Statistics

	Minimum	Maximum	Mean	d. Deviatio	N
Predicted Val	3.2671	.56333	973791	1828252	96
Residual	.16536	133466	000000	1860350	96
Std. Predicted	-2.508	2.519	.000	1.000	96
Std. Residual	-1.903	2.802	.000	.968	96

a. Dependent Variable: Return on Asset

Coefficients

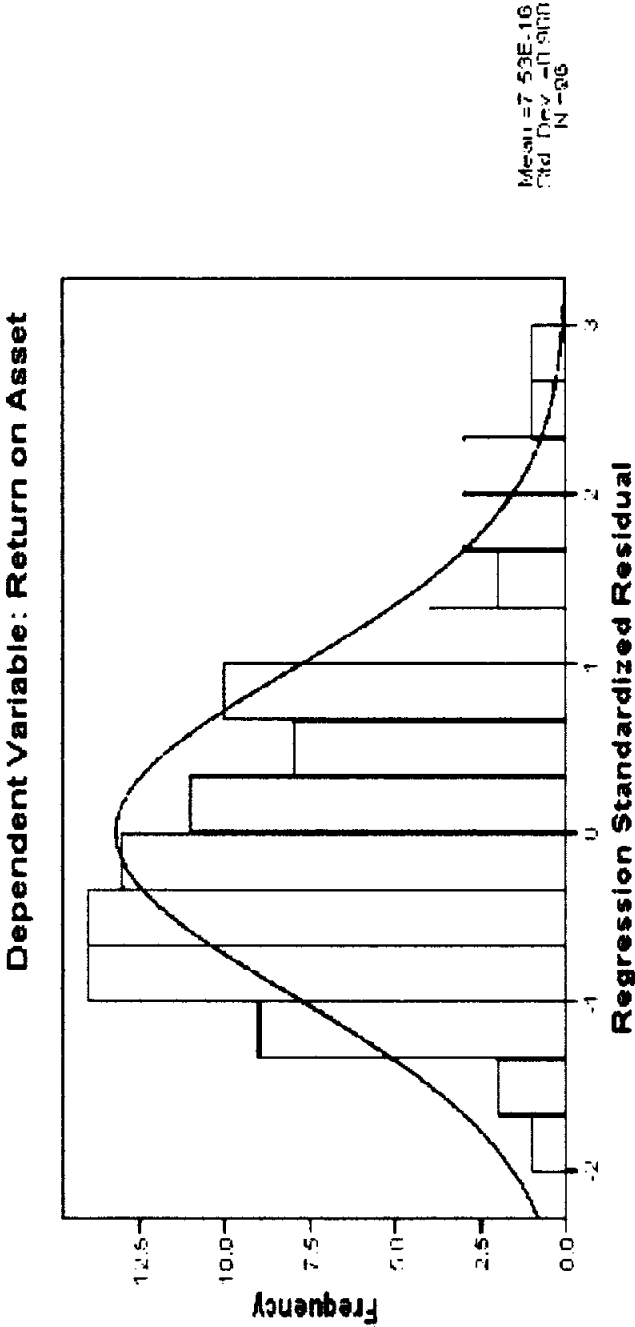
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-31.926	1.434		-22.265	.000		
	New Product Intro	.252	.131	.047	1.925	.057	.991	1.009
	Kebijakan Produk	8.978	.351	.945	25.600	.000	.440	2.271
	Jaringan Distribusi	.083	.179	.014	.463	.645	.685	1.459
	Konsentrasi Suplai	-.079	.143	-.014	-.552	.583	.911	1.098
	Marketing Expense	-.036	.118	-.011	-.302	.763	.459	2.180
	Riset & Development	.169	.084	.057	2.005	.048	.751	1.331

a. Dependent Variable: Return on Asset

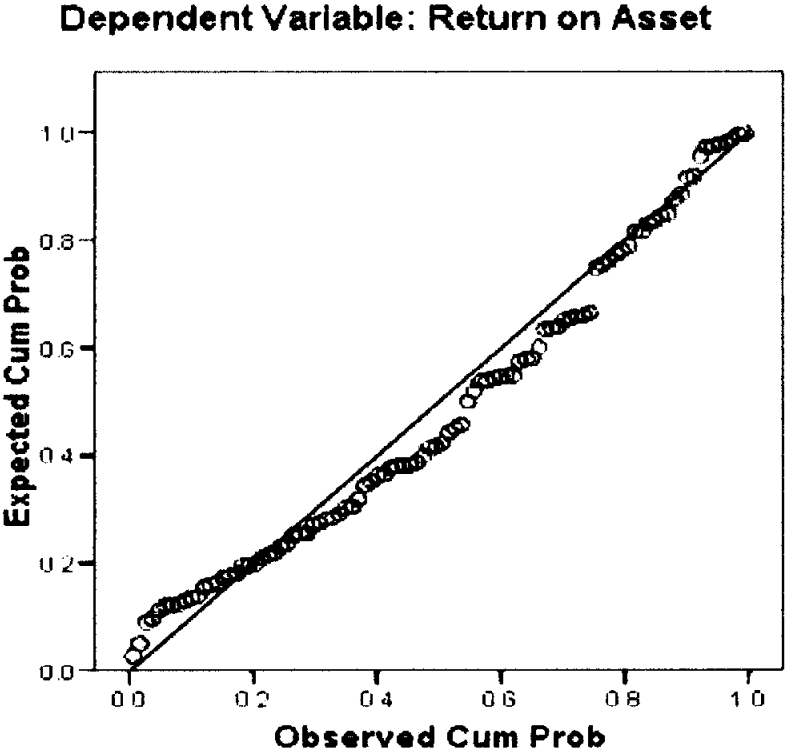
Correlations

		Return on Asset	New Product Introduction	Kebijakan Produk	Jaringan Distribusi	Konsentrasi Supplier	Marketing Expense	Riset & Developmt
Pearson Correlation	Return on Asset	1.000	.118	.970	.522	.137	.684	.466
	New Product Introduction	.118	1.000	.072	.051	-.018	.084	.041
	Kebijakan Produk	.970	.072	1.000	.517	.160	.702	.432
	Jaringan Distribusi	.522	.051	.517	1.000	-.024	.423	.380
	Konsentrasi Supplier	.137	-.018	.160	-.024	1.000	.256	.069
	Marketing Expense	.684	.084	.702	.423	.256	1.000	.436
	Riset & Developmt	.466	.041	.432	.380	.069	.436	1.000
Sig. (1-tailed)	Return on Asset		.126	.000	.000	.092	.000	.000
	New Product Introduction	.126		.243	.310	.431	.207	.347
	Kebijakan Produk	.000	.243		.000	.060	.000	.000
	Jaringan Distribusi	.000	.310	.000		.406	.000	.000
	Konsentrasi Supplier	.092	.431	.060	.406		.006	.253
	Marketing Expense	.000	.207	.000	.000	.006		.000
	Riset & Developmt	.000	.347	.000	.000	.253	.000	
N	Return on Asset	96	96	96	96	96	96	96
	New Product Introduction	96	96	96	96	96	96	96
	Kebijakan Produk	96	96	96	96	96	96	96
	Jaringan Distribusi	96	96	96	96	96	96	96
	Konsentrasi Supplier	96	96	96	96	96	96	96
	Marketing Expense	96	96	96	96	96	96	96
	Riset & Developmt	96	96	96	96	96	96	96

Histogram

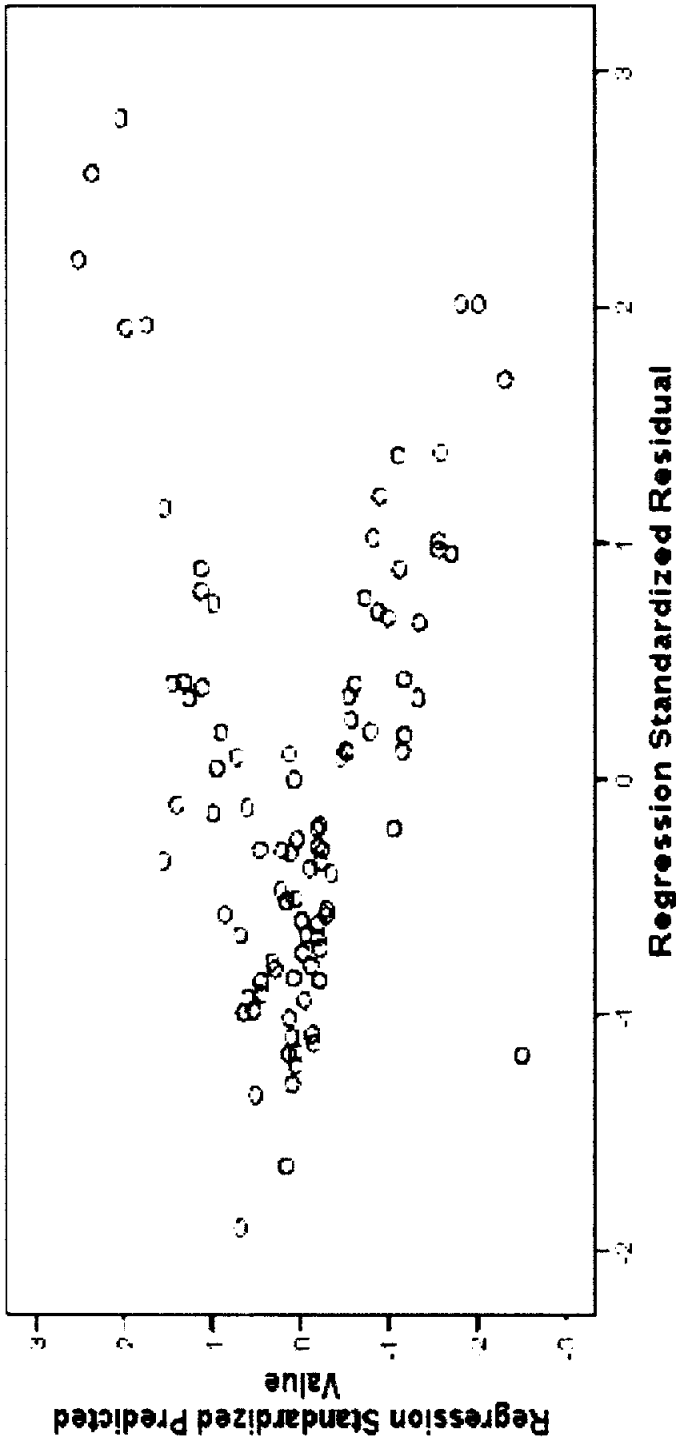


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: Return on Asset



LAMPIRAN 3C:**JENSEN'S ALPHA****Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Jensen Alpha	-7.20977	3.04814651	96
New Product Development	4.13	1.724	96
Kebijakan Produk	3.6753	.96499	96
Jaringan distribusi	3.85	1.515	96
Konsentrasi Supplier	4.16	1.650	96
Marketing Expense	14.0313	2.80020	96
Riset&Develop	14.7917	3.07423	96

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Riset& Develop, New Product Development, Konsentrasi Supplier, Jaringan distribusi, Marketing Expense, Kebijakan Produk	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Jensen Alpha

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.984 ^a	.969	.967	.55412393

a. Predictors: (Constant), Riset&Develop, New Product Development, Konsentrasi Supplier, Jaringan distribusi, Marketing Expense, Kebijakan Produk

b. Dependent Variable: Jensen Alpha

ANOVA

Mode		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	355.336	6	142.556	464.271	.000 ^a
	Residual	27.328	89	.307		
	Total	382.664	95			

a. Predictors: (Constant), Riset&Develop, New Product Developn
Supplier, Jaringan distribusi, Marketing Expense, Kebijakan Pri

b. Dependent Variable: Jensen Alpha

Residuals Statistics

	Minimum	Maximum	Mean	d. Deviatio	N
Predicted Va	4.9876	66873	20977	0058939	96
Residual	19244	68213	00000	3633990	96
Std. Predicted	-2.592	2.532	.000	1.000	96
Std. Residual	-3.957	2.469	.000	.968	96

a. Dependent Variable: Jensen Alpha

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-18.823	.363		-51.854	.000		
New Product Development	.062	.033	.035	1.863	.066	.991	1.009
Kebijakan Produk	3.116	.089	.986	35.099	.000	.440	2.271
Jaringan distribusi	.097	.045	.048	2.133	.036	.685	1.459
Konsentrasi Sup	.066	.036	.036	1.823	.072	.911	1.098
Marketing Exper	-.068	.030	-.062	-2.265	.026	.459	2.180
Riset&Develop	.014	.021	.015	.674	.502	.751	1.331

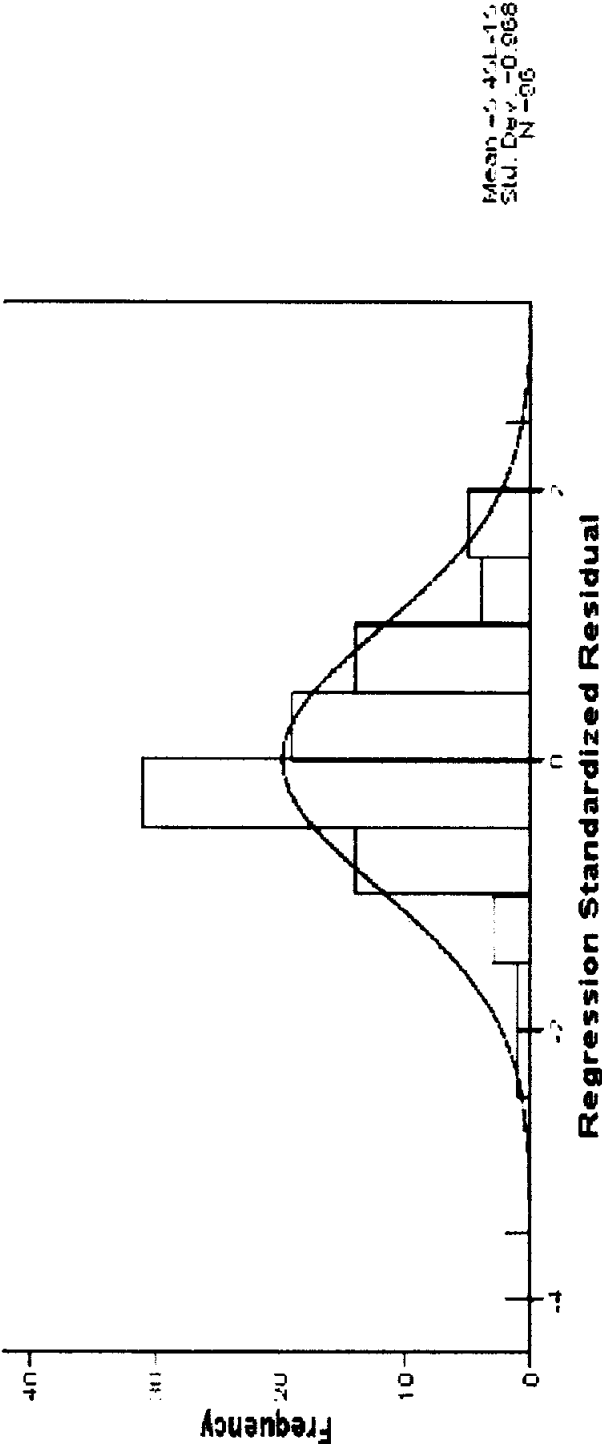
a. Dependent Variable: Jensen Alpha

Correlations

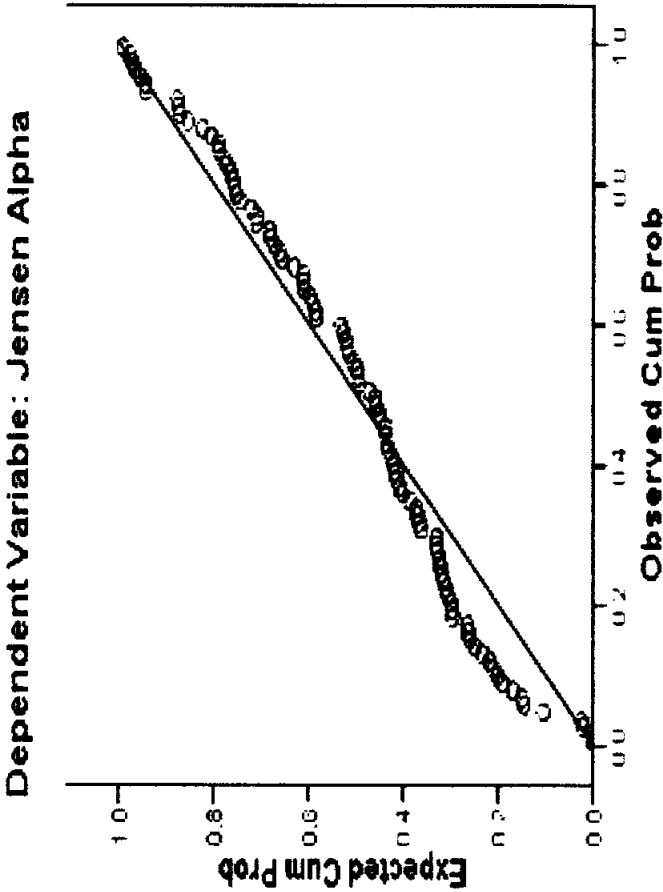
		Jensen Alpha	New Product Development	Kebijakan Produk	Jaringan distribusi	Konsentrasi Supplier	Marketing Expense	Riset& Develop
Pearson Correlation	Jensen Alpha	1.000	.103	.982	.538	.177	.669	.435
	New Product Development	.103	1.000	.072	.051	-.018	.084	.041
	Kebijakan Produk	.982	.072	1.000	.517	.160	.702	.432
	Jaringan distribusi	.538	.051	.517	1.000	-.024	.423	.380
	Konsentrasi Supplier	.177	-.018	.160	-.024	1.000	.256	.069
	Marketing Expense	.669	.084	.702	.423	.256	1.000	.436
	Riset&Develop	.435	.041	.432	.380	.069	.436	1.000
Sig. (1-tailed)	Jensen Alpha		.159	.000	.000	.043	.000	.000
	New Product Development	.159		.243	.310	.431	.207	.347
	Kebijakan Produk	.000	.243		.000	.060	.000	.000
	Jaringan distribusi	.000	.310	.000		.406	.000	.000
	Konsentrasi Supplier	.043	.431	.060	.406		.006	.253
	Marketing Expense	.000	.207	.000	.000	.006		.000
	Riset&Develop	.000	.347	.000	.000	.253	.000	
N	Jensen Alpha	.96	.96	.96	.96	.96	.96	.96
	New Product Development	.96	.96	.96	.96	.96	.96	.96
	Kebijakan Produk	.96	.96	.96	.96	.96	.96	.96
	Jaringan distribusi	.96	.96	.96	.96	.96	.96	.96
	Konsentrasi Supplier	.96	.96	.96	.96	.96	.96	.96
	Marketing Expense	.96	.96	.96	.96	.96	.96	.96
	Riset&Develop	.96	.96	.96	.96	.96	.96	.96

Histogram

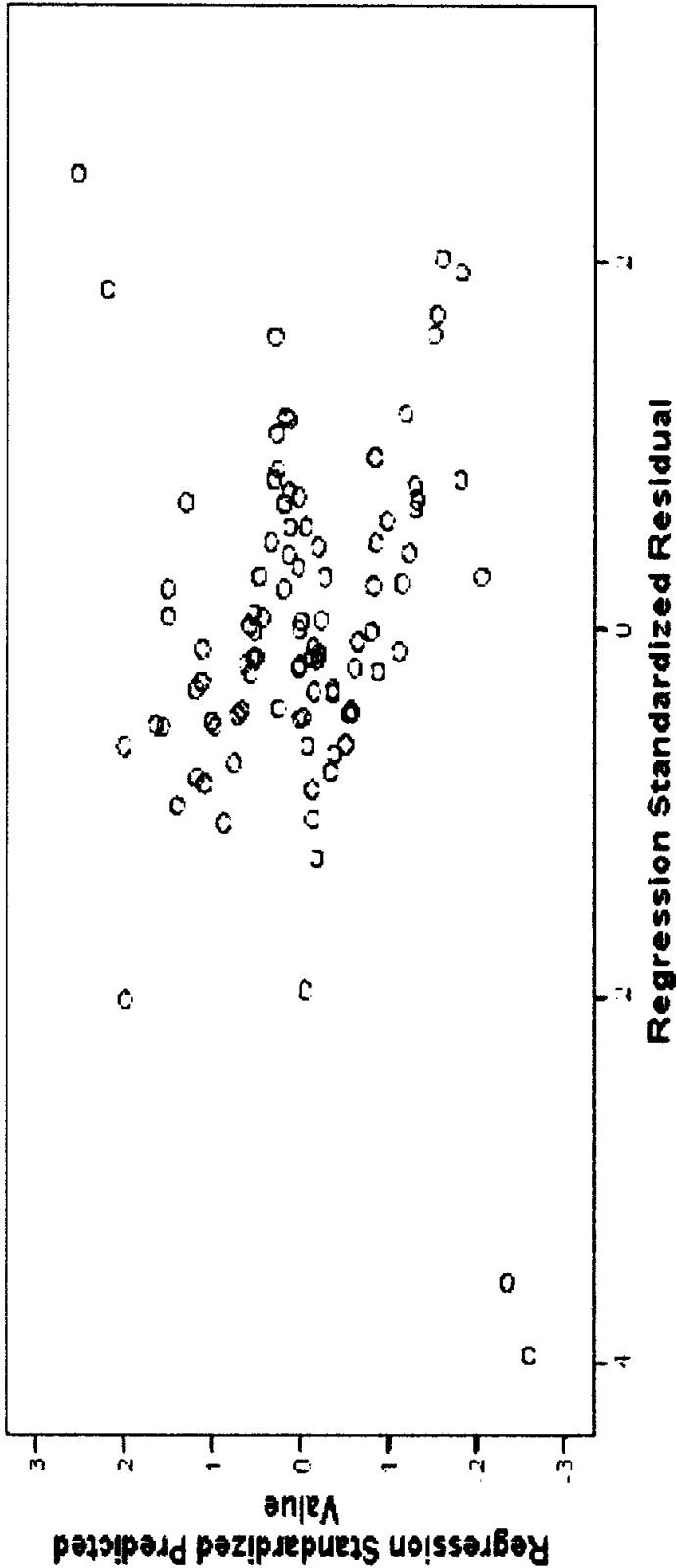
Dependent Variable: Jensen Alpha



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot
Dependent Variable: Jensen Alpha



PERPUSTAKAAN
Universitas Katolik Widya Mandala
SURABAYA