

WAWANCARA PRA PENELITIAN

Wawancara kepada pemasang iklan di Sumatera Ekspres yang merupakan pelanggan dari tahun 2002-2015

1. Wawancara Melalui Telepon

- a. Narasumber : Bapak Saun
Jabatan : Direktur Utama pada Wendi Motor
Alamat : Sukajadi, KM12 Palembang
Tanggal : 27 Maret 2018

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa Bapak sekarang tidak memasang iklan di Sumatera Ekspres?	Karena saya telah beralih di aplikasi OLX
2.	Apa alasan Bapak memilih aplikasi tersebut?	Di OLX biaya pembayaran iklan lebih murah daripada di koran, selain itu pemasangan juga bisa dilakukan secara gratis
3.	Apakah Bapak masih berminat untuk memasang iklan di Sumatera Ekspres setelah menggunakan aplikasi OLX?	Saya tidak berminat lagi memasang iklan di Sumatera Ekspres

- b. Narasumber : Bapak Yulian
Jabatan : Manager di Atlantik Motor
Alamat : Jalan Lektol Iskandar, 24 Ilir, Palembang
Tanggal : 27 Maret 2018

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa Bapak sekarang tidak memasang iklan di Sumatera Ekspres?	Karena saya telah beralih ke aplikasi OLX, terkadang juga menggunakan Facebook sebagai media periklanan.
2.	Apa alasan Bapak memilih aplikasi tersebut?	Kami beralih menggunakan OLX karena penggunaan yang lebih mudah dan cepat mendapat respon konsumen.
3.	Apakah Bapak masih berminat untuk memasang iklan di Sumatera Ekspres setelah menggunakan aplikasi tersebut?	Tidak berminat lagi, karena memang sudah cocok menggunakan aplikasi tersebut.

2. Wawancara Secara Langsung

- a. Narasumber : Ibu Desy
Jabatan : Bagian Administrasi pada Jaya Abadi Motor
Alamat : jalan Veteran Nomor 913-914, Palembang
Tanggal : 30 Maret 2018

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa Ibu sekarang tidak memasang iklan di Sumatera Ekspres	Karena saya telah beralih di aplikasi OLX
2.	Apa alasan Ibu memilih aplikasi tersebut	Pemasangan iklan di OLX bisa tampil teratas serta membayar dengan jumlah tertentu yang biaya tersebut lebih murah daripada memasang iklan di koran
3.	Apakah Ibu masih berminat untuk memasang iklan di Sumatera Ekspres setelah menggunakan aplikasi OLX	Saya tidak berminat lagi memasang iklan di Sumatera Ekspres

- b. Narasumber : Bapak Joto
Jabatan : Manager pada Sukses Mobilindo
Alamat : Jalan Veteran Nomor 907-25 Palembang
Tanggal : 30 Maret 2018

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa Ibu sekarang tidak memasang iklan di Sumatera Ekspres	Karena saya telah beralih di aplikasi OLX.
2.	Apa alasan Ibu memilih aplikasi tersebut	Apabila memasang iklan di aplikasi OLX biaya yang dikeluarkan lebih murah bahkan bisa dilakukan dengan tanpa membayar (gratis). Keunggulan yang kami lihat yaitu: produk bisa tampil jelas, berwarna karena kami bisa mengunggah langsung foto asli. Lain halnya di koran, yang mengeluarkan biaya lebih tinggi apabila memasang iklan dengan menampilkan produk berwarna.
3.	Apakah Ibu masih berminat untuk memasang iklan di Sumatera Ekspres setelah menggunakan aplikasi OLX	Kami sudah tidak berminat lagi, karena OLX lebih mudah dan murah.

Wawancara Pra Penelitian

Wawancara kepada pemasang iklan di Sumatera Ekspres masih berlangganan atau masih memasang iklan di Sumatera Ekspres hingga saat ini

1. Wawancara Melalui Telepon

- a. Narasumber : Budiharyanto
Jabatan : Sales di Ahli Penyedotan WC
Alamat : Jalan Silaberanti, Plaju Palembang
Tanggal : 28 Maret 2018

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa Bapak masih memasang iklan di koran Sumatera Ekspres? Jelaskan alasannya	Karena dengan memasang iklan di koran Sumatera Ekspres, calon konsumen yang menghubungi benar-benar ingin menggunakan jasa yang kami iklankan.
2.	Apakah Bapak juga memasang iklan di aplikasi seperti OLX, <i>facebook</i> , atau yang lainnya? Sertakan alasannya	Pernah mencoba memasang iklan di salah satu media sosial tetapi calon konsumen kebanyakan hanya bertanya-tanya. Bahkan, mereka tidak jadi menggunakan jasa kami yang telah kami iklankan tersebut. Selain itu, kami juga menghindari penipuan. Karena sekrang sering terjadi penipuan.
3.	Mengapa Bapak memilih Sumatera Ekspres sebagai media periklanan?	Karena Sumatera Ekspres sudah terkenal koran terbesar di Sumatera Selatan.

- b. Narasumber : Arifin Bustam
Jabatan : Pemilik Service TV Warna
Alamat : Palembang
Tanggal : 28 Maret 2018

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa Bapak masih memasang iklan di koran Sumatera Ekspres? Jelaskan alasannya	Karena ketika memasang iklan di koran begitu banyak yang langsung merespon atau menghubungi kami yang ingin menggunakan jasa dari

		service TV warna
2.	Apakah Bapak juga memasang iklan di aplikasi seperti OLX, <i>facebook</i> , atau yang lainnya? Sertakan alasannya	Ya, kami juga menggunakan media sosial seperti <i>facebook</i> untuk mengiklankan jasa kami
3.	Mengapa Bapak memilih Sumatera Ekspres sebagai media periklanan?	Karena Sumatera Ekspres sudah terkenal koran terbesar di Sumatera Selatan.

c. Narasumber : Ayoung
 Jabatan : Pemilik Service Mesin Cuci, Kulkas dan TV
 Alamat : Jalan H. Kasim, Perumnas, Celentang
 Tanggal : 28 Maret 2018

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa Bapak masih memasang iklan di koran Sumatera Ekspres? Jelaskan alasannya	Karena kalau memasang iklan di koran enaknya bisa istirahat, maksudnya terserah mau diperpanjang atau tidak. Selain itu, semua pemasang iklan di koran merupakan orang yang sudah ahli dalam bidangnya. Beda halnya dengan mereka yang memasang di aplikasi. Jadi kalau memasang iklan di koran lebih terlihat profesional.
2.	Apakah Bapak juga memasang iklan di aplikasi seperti OLX, <i>facebook</i> , atau yang lainnya? Sertakan alasannya	Tidak. Saya pribadi kurang minar karena kalau memasang iklan di media sosial maupun OLX, iklan tersebut mudah tenggal, serta banyak pemasang dengan produk sejenis
3.	Mengapa Bapak memilih Sumatera Ekspres sebagai media periklanan?	Tidak ada alasan khusus, karena saya juga memasang di koran lain. Saya tidak hanya memasang iklan di koran Sumatera Ekspres

d. Narasumber : Aminudin
 Jabatan : Pemilik Ahli Kompor Gas/Oven
 Alamat : Jalan Puncak Sekuning, Palembang
 Tanggal : 28 Maret 2018

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa Bapak masih memasang iklan di koran Sumatera Ekspres? Jelaskan alasannya	Karena sangat menghasilkan banyak konsumen
2.	Apakah Bapak juga memasang iklan di aplikasi seperti OLX,	Ya. Saya juga memasang di media sosial seperti <i>facebook</i>

	<i>facebook</i> , atau yang lainnya? Sertakan alasannya	
3.	Mengapa Bapak memilih Sumatera Ekspres sebagai media periklanan?	Karena saya sudah berlangganan dengan Sumatera Ekspres dari tahun 1998

e. Narasumber : Pak Beda
 Jabatan : Pemilik dari Jasa Design Arsitek
 Alamat : Palembang
 Tanggal : 28 Maret 2018

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa Bapak masih memasang iklan di koran Sumatera Ekspres? Jelaskan alasannya	Karena saya memiliki target pelanggan. Menurut saya tidak semua orang bisa menggunakan aplikasi. Jadi, pelanggan saya juga bisa meliputi orang yang sudah tua, muda dan lain-lain
2.	Apakah Bapak juga memasang iklan di aplikasi seperti OLX, <i>facebook</i> , atau yang lainnya? Sertakan alasannya	Ya. Saya juga memasang iklan di media lain selain koran
3.	Mengapa Bapak memilih Sumatera Ekspres sebagai media periklanan?	Pernah mencoba menggunakan jasa koran lain. Namun sekarang saya beralih ke Sumatera Ekspres karena lebih menghasilkan

f. Narasumber : -
 Jabatan : Rental dan Mobil Pengantin
 Alamat : Palembang
 Tanggal : 28 Maret 2018

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Mengapa Bapak masih memasang iklan di koran Sumatera Ekspres? Jelaskan alasannya	Coba-coba memasang iklan di koran
2.	Apakah Bapak juga memasang iklan di aplikasi seperti OLX, <i>facebook</i> , atau yang lainnya? Sertakan alasannya	Ya. Saya juga memasang iklan di media lain selain koran, juga yang bersifat <i>online</i>
3.	Mengapa Bapak memilih Sumatera Ekspres sebagai media periklanan?	Hanya ingin mencoba memasang iklan di koran, baru sekali ini memasang dan tidak ada alasan khusus

**KUESIONER ANALISIS SWOT
FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL
HARIAN PAGI SUMATERA EKSPRES PALEMBANG**

Dengan hormat,

Saya Ria Fitriana, mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi DIII Administrasi Bisnis sedang mengadakan penelitian untuk kepentingan Laporan Akhir yang berjudul **“Strategi Pemasaran Jasa dalam Meningkatkan Pemasangan Iklan di Surat Kabar Harian Sumatera Ekspres Palembang Berbasis SWOT”**.

Terkait hal tersebut saya memohon dengan rendah hati agar Bapak/Ibu/Sdr/i yang telah terpilih sebagai responden bersedia mengisi seluruh pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner sesuai dengan keadaan sebenarnya dan tanpa rekayasa. Jawaban ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian serta untuk mendapatkan data yang valid dan akurat.

Kesungguhan dalam memberikan jawaban akan sangat membantu saya dalam penelitian ini. Atas partisipasi yang Bapak/Ibu/Sdr/i telah berikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Ria Fitriana

IDENTITAS RESPONDEN

Lengakapi identitas Anda terlebih dahulu, dengan mengisi titik-titik serta berilah tanda centang (✓) pada kolom yang telah tersedia.

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : tahun

Jenjang Pendidikan : SMA D3

S1 S2

Lainnya.....(sebutkan)

Pekerjaan : Manager Karyawan

Mahasiswa Siswa

Lainnya.....(sebutkan)

PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan sebenarnya menurut Anda dan berikan centang (✓) pada kolom jawaban yang tersedia dengan ketentuan sebagai berikut:

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. CS : Cukup Setuju
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

KUESIONER IFAS & EFAS (FAKTOR-FAKTOR STRATEGI INTERNAL DAN EKSTERNAL) HARIAN PAGI SUMATERA EKSPRES

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
-----	------------	---	---	---	---	---

	INDIKATOR KEKUATAN (STRENGTH)	STS	TS	CS	S	SS
1.	Hasil cetakan iklan yang jelas membuat konsumen tertarik untuk membaca iklan sehingga memacu merespon iklan tersebut					
2.	Memberikan diskon kepada pemasang iklan di koran Sumatera Ekspres					
3.	Kantor Sumatera Ekspres terletak di daerah yang strategis					
4.	Promosi produk berupa iklan pada Sumatera Ekspres dilakukan dibeberapa media sehingga mampu menjangkau seluruh kalangan masyarakat					
5.	Para staf iklan di Sumatera Ekspres profesional dalam menawarkan jasa periklanan					
6.	Proses pemesanan jasa iklan dan waktu terbit dilaksanakan tepat waktu					
7.	Staf periklanan merespon dengan cepat setiap keluhan pemasang iklan					
8.	Masyarakat terbiasa menggunakan email maupun aplikasi berbasis <i>chatting</i> (melalui <i>contact person</i>) dalam pemesanan pemasangan iklan					

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
	INDIKATOR KELEMAHAN (WEAKNESS)	STS	TS	CS	S	SS
1.	Hasil dan cetakan iklan yang monoton membuat konsumen tidak tertarik untuk membaca sehingga tidak memacu konsumen merespon iklan tersebut					
2.	Harga pemasangan iklan di koran Sumatera Ekspres lebih mahal dibandingkan kompetitor					
3.	Kantor Sumatera Ekspres terletak di daerah rawan macet dan banjir					
4.	Promosi yang dilakukan koran Sumatera Ekspres kurang diketahui banyak masyarakat					

5.	Staf iklan di koran Sumatera Ekspres kurang profesional dalam menawarkan jasa periklanan					
6.	Proses pemesanan jasa iklan dan waktu terbit tidak tepat waktu					
7.	Kurang adanya tindakan penyelesaian atas keluhan dari pemasang iklan					
8.	Terjadinya kecenderungan salah penafsiran makna (salah mengartikan kalimat) oleh staf periklanan apabila pemesanan dilakukan melalui aplikasi berbasis <i>chatting</i> maupun email					

No.	Pertanyaan INDIKATOR PELUANG (OPPORTUNITY)	1	2	3	4	5
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Anggapan masyarakat memilih memasang iklan di Sumatera Ekspres karena jangkauan lebih luas dan jumlah oplah lebih banyak					
2.	Harga bersaing dan diberlakukan sistem pembayaran bertahap dalam pemasangan iklan di koran Sumatera Ekspres					
3.	Masyarakat lebih menyukai iklan yang kreatif dan inovatif					
4.	Tempat tinggal target pemasang yang begitu luas, sehingga Sumatera Ekspres membentuk biro untuk memudahkan akses pemasangan iklan					
5.	Masyarakat terbiasa menggunakan email maupun aplikasi berbasis <i>chatting</i> (melalui <i>contact person</i>) dalam pemesanan pemasangan iklan					
6.	Adanya permintaan pemasangan iklan musiman					
7.	Kepercayaan masyarakat terhadap iklan yang ditampilkan di koran ternama karena dianggap memiliki tingkat kebenaran yang tinggi dibandingkan sistem <i>online</i>					
8.	Adanya anggapan bahwa tidak semua orang mampu mengoperasikan aplikasi					

	atau teknologi masa kini sehingga memilih media cetak sebagai periklanan terkhusus di Sumatera Ekspres					
--	--	--	--	--	--	--

No.	Pertanyaan INDIKATOR ANCAMAN (THREATS)	1	2	3	4	5
		STS	TS	CS	S	SS
1.	Terdapat kompetitor yang berusaha untuk menampilkan iklan yang lebih baik					
2.	Banyak kompetitor yang menawarkan harga yang lebih murah dan dapat dilakukan negosiasi					
3.	Banyak persaingan promosi dengan jasa pemasang iklan lainnya					
4.	Terdapat persaingan sumber daya manusia yang lebih unggul dalam kualitas pelayanan jasa pemasangan iklan					
5.	Banyak jasa online yang menawarkan berbagai macam kemudahan dalam pemasangan iklan					
6.	Masyarakat mengiklankan produknya melalui aplikasi maupun <i>website</i> yang dapat dimiliki oleh pribadi					
7.	Terdapat beberapa media periklanan yang menawarkan pemasangan iklan tanpa membayar					
8.	Pemasangan iklan di media massa selain koran seperti televisi maupun radio					

No.	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	W8	TOTAL SKOR
1	3	4	5	4	4	4	5	5	2	2	2	2	1	2	2	2	49
2	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	2	1	2	1	52
3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	2	2	3	3	3	60
4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	1	2	2	1	52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	2	2	1	1	1	53
6	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	2	2	1	1	2	53
7	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	1	2	2	1	52
8	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	1	1	2	2	52
9	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	1	1	2	2	52
10	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	1	1	2	2	52
11	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	1	1	2	2	52
12	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	1	1	2	2	52
13	3	5	5	3	5	5	5	2	2	4	4	2	2	2	2	2	53
14	3	5	5	3	5	5	5	3	2	4	4	2	2	2	2	2	54
15	5	3	4	4	4	4	5	4	1	1	2	1	1	1	1	1	42
16	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	2	2	2	2	2	46
17	4	5	5	4	4	4	4	4	2	3	3	1	2	4	2	1	52
18	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	2	1	2	1	2	1	49
19	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	2	2	1	1	2	2	53
20	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	1	1	2	2	52
21	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	1	3	1	2	47
22	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	1	1	1	2	2	2	55
23	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	1	1	2	3	3	2	51
24	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	1	1	1	1	2	43
25	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	1	2	2	2	2	3	56
26	5	3	4	4	5	4	5	4	1	1	2	1	1	2	1	2	45
27	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1	1	2	1	1	2	1	41
28	4	3	3	3	3	5	5	5	3	1	1	2	2	2	2	2	46
29	5	5	4	4	3	4	3	4	2	2	2	2	1	3	2	2	48
30	4	5	5	5	4	4	4	4	2	2	3	2	2	1	1	1	49
31	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	2	2	3	2	2	3	54
32	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	1	2	2	3	2	59
33	5	5	5	4	5	5	4	5	2	2	1	1	1	1	2	2	50
34	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	1	1	2	2	52
35	4	4	3	4	3	4	4	4	2	2	1	1	1	3	3	4	47
36	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	3	3	2	53
37	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	2	1	1	1	1	1	50
38	4	4	5	5	4	5	4	4	2	1	1	2	3	3	2	2	51
39	4	5	5	5	5	5	5	4	2	2	1	1	1	1	1	1	48
40	4	5	5	5	4	4	4	4	2	1	2	2	2	1	2	1	48

41	4	5	4	4	4	5	5	5	1	1	1	1	1	2	1	2	46
42	4	3	4	4	5	5	5	5	2	1	1	2	2	2	1	1	47
43	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1	2	2	3	45
44	3	4	4	5	4	4	4	3	2	4	4	1	1	2	2	2	49
45	4	4	4	5	3	4	5	3	1	1	1	1	1	1	1	2	41
46	4	5	4	5	4	5	5	5	1	1	1	2	3	2	2	1	50
47	5	5	5	5	4	5	5	5	2	1	1	2	2	2	3	1	53
48	3	4	4	5	4	4	4	3	2	4	4	1	1	1	2	2	48
49	4	5	5	4	5	5	5	5	1	2	1	2	2	2	2	1	51
50	4	4	4	4	4	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	51
51	3	4	4	5	4	4	4	3	2	4	4	1	1	1	2	2	48
52	3	4	4	5	4	4	4	3	2	4	4	1	1	1	2	2	48
53	3	5	5	3	5	5	5	3	2	4	4	2	2	2	2	2	54
54	3	4	5	4	5	4	4	5	2	2	2	2	2	2	3	3	52
55	4	5	4	4	4	4	5	4	1	2	1	2	1	1	1	1	44
56	3	5	5	3	5	5	5	3	2	4	4	2	2	2	2	2	54
57	5	4	3	4	4	5	5	5	1	1	2	2	2	1	2	2	47
58	5	4	4	5	4	5	4	4	2	3	2	1	2	3	2	3	53
59	4	5	5	5	4	5	5	5	2	1	2	2	2	1	2	2	52
60	3	5	5	3	5	5	5	3	2	4	4	2	2	2	2	2	54
61	3	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5	2	2	2	2	2	58
62	4	5	3	5	4	3	5	4	2	2	1	1	2	2	3	2	48
63	3	5	5	3	5	5	5	3	2	4	4	2	2	2	2	2	54
64	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	3	2	1	2	2	47
65	3	5	5	3	5	5	5	3	2	4	4	2	2	2	2	2	54
66	3	5	5	3	5	5	5	3	2	4	4	2	2	2	2	2	54
67	5	5	5	4	5	4	4	5	2	2	2	1	2	2	3	2	53
68	3	5	5	3	5	5	5	3	2	4	4	2	2	2	2	2	54
69	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	56
70	3	5	5	3	5	5	5	3	2	4	4	2	2	2	2	2	54

JUMLAH	288	318	316	299	311	321	322	149	149	164	149	110	113	125	137	131
JUMLAH S	2324															
JUMLAH W	1078															
JUMLAH S DAN W	3402															
BOBOT	0.085	0.093	0.093	0.088	0.091	0.094	0.095	0.044	0.044	0.048	0.044	0.032	0.033	0.037	0.040	0.039
TOTAL I	1															
RATING	4.114	4.543	4.514	4.271	4.443	4.586	4.600	2.129	2.129	2.343	2.129	1.571	1.614	1.786	1.957	1.871
BOBOT X RATING	0.348	0.425	0.419	0.375	0.406	0.433	0.435	0.093	0.093	0.113	0.093	0.051	0.054	0.066	0.079	0.072

No.	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	TOTAL SKOR
1	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	2	3	52
2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	52
3	2	3	3	2	2	1	2	1	4	5	4	5	5	4	5	4	52
4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	53
5	3	4	3	3	3	3	3	5	3	4	4	4	3	3	2	3	53
6	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	53
7	3	4	3	3	3	3	3	5	3	4	4	3	3	3	2	3	52
8	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	58
9	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	51
10	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	52
11	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	51
12	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	56
13	5	5	4	5	3	4	5	5	4	3	3	3	3	4	2	3	61
14	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	3	3	3	4	2	4	63
15	5	2	5	5	4	2	5	5	4	4	4	3	4	4	1	4	61
16	5	4	5	5	5	4	5	4	2	2	2	2	2	2	2	2	53
17	1	3	2	1	2	4	5	3	1	2	3	3	3	4	4	4	45
18	3	3	4	5	5	5	5	1	3	3	3	3	4	3	2	3	55
19	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	3	3	2	3	52
20	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	51
21	4	4	3	4	5	5	5	2	3	2	2	2	2	3	3	3	52
22	3	4	5	5	5	5	5	3	4	2	3	4	3	4	2	2	53
23	5	5	4	4	5	3	4	3	5	2	2	2	2	2	2	2	52
24	3	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	1	2	1	2	1	47
25	2	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	1	2	1	2	3	50
26	4	4	5	4	5	4	5	3	2	1	1	1	1	2	1	2	45
27	4	5	4	4	4	4	4	4	1	1	1	2	3	1	2	3	47
28	4	5	5	4	3	4	5	2	4	4	4	3	2	3	2	1	55
29	4	4	4	4	3	5	5	3	3	2	2	2	2	2	1	1	47
30	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4	5	4	4	56
31	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	2	2	2	3	1	46
32	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	3	3	2	3	1	2	40
33	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	1	2	1	2	3	2	42
34	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	51
35	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	2	1	2	36
36	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	1	2	4	50
37	3	4	3	3	4	3	4	5	3	2	3	3	2	3	2	3	50
38	3	4	3	5	3	4	4	5	2	2	3	1	2	3	3	3	50
39	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	3	2	1	2	2	41
40	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2	3	1	2	48

41	4	4	5	5	5	4	5	3	3	2	3	1	2	3	2	3	54
42	3	3	3	3	4	3	5	4	3	3	4	4	3	2	3	3	53
43	3	3	2	4	4	4	4	5	2	3	5	1	2	3	2	1	48
44	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	2	3	59
45	4	5	4	4	5	5	5	3	3	2	2	2	3	4	2	3	56
46	4	4	3	4	3	3	3	1	4	4	2	1	1	1	2	3	43
47	3	3	4	4	4	4	5	3	2	2	1	1	2	2	3	3	46
48	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	3	3	3	3	2	3	60
49	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	43
50	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	2	3	2	3	4	45
51	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	3	3	3	3	2	3	60
52	4	5	5	4	3	5	4	4	5	4	3	3	3	3	2	3	60
53	5	5	4	5	3	4	5	5	4	3	3	3	3	4	2	3	61
54	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	3	3	2	4	55
55	3	3	3	2	1	2	3	1	3	3	4	3	2	3	2	2	40
56	5	5	4	5	3	4	5	5	4	3	3	3	3	4	2	3	61
57	3	3	4	3	3	4	3	3	2	1	2	1	2	3	2	3	42
58	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	48
59	5	3	5	5	4	3	4	3	2	2	1	2	2	3	1	2	47
60	5	5	4	5	3	4	5	5	4	3	3	3	3	4	2	3	61
61	5	5	4	5	3	4	5	5	4	3	3	3	3	4	2	3	61
62	3	2	4	5	2	4	3	2	1	2	3	4	5	3	2	4	49
63	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	3	3	3	4	2	4	63
64	5	3	4	3	4	3	4	3	2	2	1	2	1	2	3	1	43
65	5	5	4	5	3	4	5	5	4	3	3	3	3	4	2	3	61
66	5	5	4	5	3	4	5	5	4	3	3	3	3	4	2	3	61
67	3	3	4	5	4	4	3	4	2	3	3	2	4	4	4	4	56
68	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	4	64
69	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55
70	5	5	4	5	3	4	5	5	4	3	3	3	3	4	2	3	61

JUMLAH	260	274	261	266	243	256	279	242	220	203	207	193	188	209	155	200
JUMLAH O	2081															
JUMLAH P	1575															
JUMLAH O DAN P	3656															
BOBOT	0.071	0.075	0.071	0.073	0.066	0.070	0.076	0.066	0.060	0.056	0.057	0.053	0.051	0.057	0.042	0.055
TOTAL E	1															
RATING	3.714	3.914	3.729	3.800	3.471	3.657	3.986	3.457	3.143	2.900	2.957	2.757	2.686	2.986	2.214	2.857
BOBOT X RATING	0.264	0.293	0.266	0.276	0.231	0.256	0.304	0.229	0.189	0.161	0.167	0.146	0.138	0.171	0.094	0.156

NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

N	Tarat Signifikan		N	Tarat Signifikan		N	Tarat Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Sumber: Sugiyono.2008. Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta. Hal. 373

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER VARIABEL *STRENGTH*

Reliability

Scale: ALL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	9

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

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	4.11	.772	70
P2	4.54	.630	70
P3	4.51	.631	70
P4	4.27	.741	70
P5	4.44	.629	70
P6	4.59	.551	70
P7	4.60	.575	70
P8	4.16	.845	70
SKOR	35.23	3.341	70

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	66.34	38.750	.553	.723
P2	65.91	39.761	.567	.727
P3	65.94	39.562	.592	.725
P4	66.19	40.356	.399	.738
P5	66.01	39.666	.580	.726
P6	65.87	40.172	.598	.729
P7	65.86	40.559	.515	.734
P8	66.30	37.459	.627	.712
SKOR	35.23	11.164	1.000	.766

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
70.46	44.658	6.683	9

→ Correlations

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	SKOR
P1 Pearson Correlation	1	.109	.056	.604**	.073	.147	.072	.728**	.631**
Sig. (2-tailed)		.369	.645	.000	.546	.225	.554	.000	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P2 Pearson Correlation	.109	1	.673**	.115	.482**	.448**	.368**	.137	.629**
Sig. (2-tailed)	.369		.000	.345	.000	.000	.002	.258	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P3 Pearson Correlation	.056	.673**	1	.069	.733**	.496**	.336**	.118	.651**
Sig. (2-tailed)	.645	.000		.570	.000	.000	.005	.331	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P4 Pearson Correlation	.604**	.115	.069	1	-.075	-.076	-.048	.510**	.490**
Sig. (2-tailed)	.000	.345	.570		.536	.534	.695	.000	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P5 Pearson Correlation	.073	.482**	.733**	-.075	1	.579**	.537**	.140	.641**
Sig. (2-tailed)	.546	.000	.000	.536		.000	.000	.248	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P6 Pearson Correlation	.147	.448**	.496**	-.076	.579**	1	.613**	.297'	.650**
Sig. (2-tailed)	.225	.000	.000	.534	.000		.000	.012	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P7 Pearson Correlation	.072	.368**	.336**	-.048	.537**	.613**	1	.251'	.576**
Sig. (2-tailed)	.554	.002	.005	.695	.000	.000		.036	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P8 Pearson Correlation	.728**	.137	.118	.510**	.140	.297'	.251'	1	.701**
Sig. (2-tailed)	.000	.258	.331	.000	.248	.012	.036		.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
SKOR Pearson Correlation	.631**	.629**	.651**	.490**	.641**	.650**	.576**	.701**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70

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

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

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER VARIABEL *WEAKNESS*

Reliability **Scale: ALL**

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	9

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

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	2.13	.815	70
P2	2.34	1.141	70
P3	2.13	1.215	70
P4	1.57	.554	70
P5	1.61	.597	70
P6	1.79	.720	70
P7	1.96	.576	70
P8	1.87	.635	70
SKOR	15.40	3.793	70

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	28.67	51.528	.458	.720
P2	28.46	45.672	.686	.681
P3	28.67	45.209	.665	.681
P4	29.23	54.382	.351	.734
P5	29.19	52.878	.498	.724
P6	29.01	51.869	.498	.719
P7	28.84	53.178	.482	.726
P8	28.93	53.517	.391	.730
SKOR	15.40	14.388	1.000	.717

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
30.80	57.554	7.586	9

Correlations

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	SKOR
P1	Pearson Correlation	1	.326**	.203	.060	.193	.220	.321**	.200
	Sig. (2-tailed)		.006	.093	.624	.110	.067	.007	.096
	N	70	70	70	70	70	70	70	70
P2	Pearson Correlation	.326**	1	.783**	.007	.154	.214	.265*	.202
	Sig. (2-tailed)	.006		.000	.957	.202	.075	.026	.094
	N	70	70	70	70	70	70	70	70
P3	Pearson Correlation	.203	.783**	1	.299*	.249*	.164	.091	.134
	Sig. (2-tailed)	.093	.000		.012	.037	.174	.454	.267
	N	70	70	70	70	70	70	70	70
P4	Pearson Correlation	.060	.007	.299*	1	.589**	.239*	.078	.047
	Sig. (2-tailed)	.624	.957	.012		.000	.046	.521	.699
	N	70	70	70	70	70	70	70	70
P5	Pearson Correlation	.193	.154	.249*	.589**	1	.412**	.331**	.097
	Sig. (2-tailed)	.110	.202	.037	.000		.000	.005	.426
	N	70	70	70	70	70	70	70	70
P6	Pearson Correlation	.220	.214	.164	.239*	.412**	1	.397**	.319**
	Sig. (2-tailed)	.067	.075	.174	.046	.000		.001	.007
	N	70	70	70	70	70	70	70	70
P7	Pearson Correlation	.321**	.265*	.091	.078	.331**	.397**	1	.421**
	Sig. (2-tailed)	.007	.026	.454	.521	.005	.001		.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70
P8	Pearson Correlation	.200	.202	.134	.047	.097	.319**	.421**	1
	Sig. (2-tailed)	.096	.094	.267	.699	.426	.007	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70
SKOR	Pearson Correlation	.541**	.762**	.750**	.414**	.556**	.568**	.539**	.461**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70

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

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

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER VARIABEL
OPPORTUNITIES

Reliability

Scale: ALL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.768	9

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

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3.71	.935	70
P2	3.91	.880	70
P3	3.73	.779	70
P4	3.80	.987	70
P5	3.47	.847	70
P6	3.66	.849	70
P7	3.99	.876	70
P8	3.46	1.200	70
SKOR	29.73	5.059	70

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	55.74	89.701	.666	.740
P2	55.54	90.947	.634	.745
P3	55.73	92.027	.652	.747
P4	55.66	86.460	.814	.727
P5	55.99	93.869	.474	.756
P6	55.80	91.930	.597	.748
P7	55.47	88.833	.773	.735
P8	56.00	89.681	.495	.747
SKOR	29.73	25.592	1.000	.836

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
59.46	102.368	10.118	9

Correlations

Correlations										
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	SKOR	
P1	Pearson Correlation	1	.498**	.509**	.597**	.246*	.185	.490**	.389**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.040	.125	.000	.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P2	Pearson Correlation	.498**	1	.346**	.430**	.152	.464**	.468**	.406**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.208	.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P3	Pearson Correlation	.509**	.346**	1	.645**	.417**	.449**	.483**	.135	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.000	.000	.000	.266	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P4	Pearson Correlation	.597**	.430**	.645**	1	.427**	.539**	.617**	.409**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P5	Pearson Correlation	.246*	.152	.417**	.427**	1	.349**	.478**	.042	.538**
	Sig. (2-tailed)	.040	.208	.000	.000		.003	.000	.733	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P6	Pearson Correlation	.185	.464**	.449**	.539**	.349**	1	.558**	.156	.649**
	Sig. (2-tailed)	.125	.000	.000	.000	.003		.000	.197	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P7	Pearson Correlation	.490**	.468**	.483**	.617**	.478**	.558**	1	.392**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.001	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P8	Pearson Correlation	.389**	.408**	.135	.409**	.042	.156	.392**	1	.582**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.266	.000	.733	.197	.001		.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
SKOR	Pearson Correlation	.716**	.685**	.695**	.845**	.538**	.649**	.807**	.582**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70

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

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

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER VARIABEL

THREATS

Reliability

Scale: ALL

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	70	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	70	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	9

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

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3.14	.997	70
P2	2.90	.871	70
P3	2.96	.939	70
P4	2.76	.999	70
P5	2.69	.826	70
P6	2.99	.925	70
P7	2.21	.759	70
P8	2.86	.822	70
SKOR	22.50	4.824	70

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	41.86	84.675	.404	.756
P2	42.10	80.990	.723	.735
P3	42.04	80.245	.710	.733
P4	42.24	78.389	.774	.725
P5	42.31	80.595	.795	.732
P6	42.01	81.145	.665	.737
P7	42.79	87.881	.324	.764
P8	42.14	84.008	.557	.748
SKOR	22.50	23.268	1.000	.827

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
45.00	93.072	9.647	9

Correlations

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	SKOR
P1 Pearson Correlation	1	.518**	.316**	.254*	.196	.254*	-.118	.061	.488**
Sig. (2-tailed)		.000	.008	.034	.104	.034	.332	.618	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P2 Pearson Correlation	.518**	1	.704**	.638**	.459**	.322**	.142	.263*	.764**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.007	.239	.028	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P3 Pearson Correlation	.316**	.704**	1	.622**	.524**	.483**	.115	.236*	.757**
Sig. (2-tailed)	.008	.000		.000	.000	.000	.345	.049	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P4 Pearson Correlation	.254*	.638**	.622**	1	.696**	.514**	.203	.399**	.813**
Sig. (2-tailed)	.034	.000	.000		.000	.000	.091	.001	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P5 Pearson Correlation	.196	.459**	.524**	.696**	1	.601**	.363**	.659**	.826**
Sig. (2-tailed)	.104	.000	.000	.000		.000	.002	.000	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P6 Pearson Correlation	.254*	.322**	.483**	.514**	.601**	1	.231	.436**	.717**
Sig. (2-tailed)	.034	.007	.000	.000	.000		.054	.000	.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P7 Pearson Correlation	-.118	.142	.115	.203	.363**	.231	1	.375**	.394**
Sig. (2-tailed)	.332	.239	.345	.091	.002	.054		.001	.001
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
P8 Pearson Correlation	.061	.263*	.236*	.399**	.659**	.436**	.375**	1	.614**
Sig. (2-tailed)	.618	.028	.049	.001	.000	.000	.001		.000
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
SKOR Pearson Correlation	.488**	.764**	.757**	.813**	.826**	.717**	.394**	.614**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
N	70	70	70	70	70	70	70	70	70

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

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

HASIL UJI VALIDITAS

1. Hasil Uji Validitas Variabel *Strength*

Butir	Nilai Corrected Item Total Correlation / rhitung	r_{tabel}	Kriteria
1	0,553	0,235	Valid
2	0,567	0,235	Valid
3	0,592	0,235	Valid
4	0,399	0,235	Valid
5	0,580	0,235	Valid
6	0,598	0,235	Valid
7	0,515	0,235	Valid
8	0,627	0,235	Valid

2. Hasil Uji Validitas Variabel *Weakness*

Butir	Nilai Corrected Item Total Correlation / rhitung	r_{tabel}	Kriteria
1	0,458	0,235	Valid
2	0,686	0,235	Valid
3	0,665	0,235	Valid
4	0,351	0,235	Valid
5	0,498	0,235	Valid
6	0,498	0,235	Valid
7	0,482	0,235	Valid
8	0,391	0,235	Valid

3. Hasil Uji Validitas Variabel *Opportunities*

Butir	Nilai Corrected Item Total Correlation / rhitung	r_{tabel}	Kriteria
1	0,666	0,235	Valid
2	0,634	0,235	Valid
3	0,652	0,235	Valid
4	0,814	0,235	Valid
5	0,474	0,235	Valid
6	0,597	0,235	Valid
7	0,773	0,235	Valid
8	0,495	0,235	Valid

4. Hasil Uji Validitas Variabel *Threats*

Butir	Nilai Corrected Item Total Correlation / <i>rhitung</i>	<i>r</i>tabel	Kriteria
1	0,404	0,235	Valid
2	0,723	0,235	Valid
3	0,710	0,235	Valid
4	0,774	0,235	Valid
5	0,795	0,235	Valid
6	0,665	0,235	Valid
7	0,324	0,235	Valid
8	0,557	0,235	Valid

HASIL UJI RELIABILITAS

No	Variabel	<i>r</i>alpha	<i>r</i>kritis	Kriteria
1.	<i>Strength</i>	0,751	0,6000	Reliabel
2.	<i>Weakness</i>	0,739	0,6000	Reliabel
3.	<i>Opportunities</i>	0,768	0,6000	Reliabel
4.	<i>Threats</i>	0,766	0,6000	Reliabel