

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Saya memohon bantuan dari Ibu/Saudari agar meluangkan sedikit waktu untuk memberikan jawaban mengenai kuesioner yang terkait dengan Penerapan *Digital Marketing* dan Pengaruhnya terhadap Keberhasilan Usaha yang dimiliki oleh Ibu/Saudari di Kecamatan Tembalang Kota Semarang.

Kuesioner ini dibuat dalam rangka kepentingan penelitian untuk pendidikan saya dan data yang terdapat pada kuesioner ini akan saya jaga kerahasiaannya mengenai identitas Ibu/Saudari demi kenyamanan bersama. Dalam mengisi kuesioner ini diharapkan Ibu/Saudari menjawab dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan yang terjadi dan yang dirasakan. Saya berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Saya mengucapkan banyak terimakasih atas ketersediaan Ibu/Saudari sekalian dalam membantu saya untuk menjawab kuesioner ini. Saya berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Identitas Diri

1. Nama Lengkap :
2. Usia :
3. Nama Usaha :
4. Menggunakan *digital marketing media social* berupa :
 - a. *Instagram*
 - b. *Facebook*
 - c. *Twitter*
 - d. *Youtube*
 - e. Lainnya (sebutkan)

Dibawah ini terdapat serangkaian pernyataan, anda diminta untuk memberikan tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan berdasarkan apa yang Anda pikirkan dan rasakan.

Kuesioner

Bagian 1. Pengetahuan Teknologi *Internet Marketing*

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memiliki pengetahuan tentang penggunaan <i>internet</i> terutama pada <i>media social</i> .					
	<i>Media Social</i> apa saja yang Anda kuasai. Jelaskan.					
2.	Saya mempunyai akun <i>media social</i> .					
	Akun <i>media social</i> apa saja yang Anda punya. Jelaskan.					
3.	Saya pernah berbelanja <i>online</i> (<i>online shopping</i>).					
4.	Menurut saya <i>website media social</i> mendukung sebagai tempat promosi atau berbelanja <i>online</i> .					

Bagian 2. Penerapan *Digital Marketing*

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	<i>Digital marketing media social</i> yang saya gunakan dapat memberikan informasi dengan jelas.					
2.	Saya menggunakan <i>digital marketing</i> untuk melakukan promosi.					
	Program promosi apa yang anda buat. Jelaskan.					
3.	<i>Digital marketing</i> memiliki tampilan yang menarik sehingga saya merasa penjualan meningkat.					
4.	Saya merasa menggunakan <i>digital marketing</i> lebih menghemat biaya dan waktu dalam melakukan promosi.					

Bagian 3. Keberhasilan Usaha

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Penjualan saya mengalami peningkatan.					
2.	Pangsa pasar saya semakin meningkat.					
3.	Terjadi peningkatan pendapatan.					



Lampiran 2. Data Responden

No	Nama Lengkap	Usia	Nama Usaha :	Menggunakan Digital Marketing media social
1	Prihariyani,S.Pd.,M.Hum.	49	Robanna	Instagram, Facebook
2	Nina Parwita Dewi	40	dapur mama Nina	Lainnya (WhatsApp, Google my Bussiness)
3	Dewi Dwi	25	Orichips	Instagram, Facebook
4	Wahyu krismiati	37	Warung Bu Ayuk	Facebook, Lainnya (WhatsApp)
5	Siti nasihatun	40	Ilfa snack	Facebook
6	Wahyuni	47	nabila handmade	Instagram
7	Agustina kusumawati	35	Tia laundry	Facebook
8	Dwi sulistyani	42	D'lima snack & foods	Instagram, Facebook, Lainnya (WhatsApp)
9	Maila	32	Burger rainbow	Instagram, Facebook
10	Sudarwati	50	Catering dan handycraf	Lainnya (WhatsApp)
11	Handayani	38	LY Chicken Corner	Instagram, Lainnya (WhatsApp)
12	Ayu wahyuni	21	Oumah kemangi food	Instagram, Facebook, Youtube
13	Suniati	36	Tahu bakso mercon bu hari	Facebook, Lainnya (WhatsApp)
14	Rofiatun	42	Arta barokah (piksay)	Instagram, Facebook, Lainnya (WhatsApp)
15	Siti khumaidah	32	Teh kelor	Instagram, Facebook
16	mutiara aprillia	22	carne burgerbar	Instagram, Lainnya (WhatsApp)
17	Diena Rakhmani	23	Missies.id	Instagram
18	Zahrina Rahmawati	21	Kedai meira	Instagram
19	Rabbania Elna S	21	Trioxy	Instagram
20	Vivi Amelia	21	Tropical dessert	Instagram
21	Yayah Ika Destyasari	20	Tropical dessert	Instagram, Facebook, Lainnya (WhatsApp)
22	Adelia regita	22	luvly pancakes	Instagram
23	Nashihatul islamiyah	21	Shakhi	Instagram, Facebook
24	nadhiroh	20	wal's	Instagram
25	Ankaa tifanisaki	22	Ruby	Instagram, Facebook
26	Maharani tito	20	HEKATO	Instagram, Facebook, Twitter
27	Tafrida cahaya putri	22	Koloranaja Dan daahijab	Instagram, Lainnya (WhatsApp)
28	Sriyani	52	Deana	Instagram
29	Juneyas Titi Ekandari	21	Flowtus	Instagram, Facebook
30	Ririn tri agustiningsih	36	Dahayu gamis	Instagram, Facebook
31	Dea astika	21	Thrifting	Instagram
32	Lilis Haryanti	46	Warung makan SAUDARA	Facebook
33	Prita	30	Susu sedunia tembalang	Instagram, Facebook

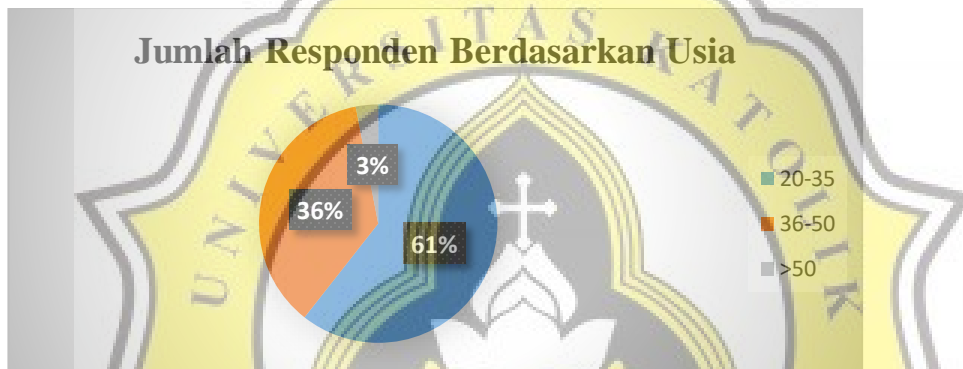
Lampiran 3. Tabulasi Data

No.	X1				Total X1	Y1X2				Total Y1X2	Y2			Total Y2
	1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	
1.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
2.	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	4	5	5	14
3.	5	5	5	5	20	5	5	4	3	17	3	3	3	9
4.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
5.	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	3	3	3	9
6.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
7.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
8.	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	3	10
9.	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	5	5	5	15
10.	4	3	4	4	15	4	4	4	5	17	4	4	4	12
11.	5	5	5	5	20	5	4	2	4	15	2	2	2	6
12.	5	5	5	5	20	3	5	4	5	17	3	3	5	11
13.	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	4	4	4	12
14.	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	4	5	5	14
15.	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	3	3	3	9
16.	3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	4	14
17.	4	4	4	5	17	4	5	4	3	16	3	4	3	10
18.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
19.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
20.	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	4	4	4	12
21.	5	4	5	5	19	3	5	5	5	18	4	3	4	11
22.	4	5	5	3	17	4	4	4	4	16	4	4	4	12
23.	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	5	5	5	15
24.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	4	13
25.	4	4	5	4	17	5	4	5	5	19	4	5	4	13
26.	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	4	4	4	12
27.	4	4	3	4	15	3	4	5	4	16	4	4	4	12
28.	5	4	4	3	16	4	5	3	5	17	3	2	3	8
29.	4	5	4	5	18	4	4	4	3	15	4	4	4	12
30.	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	12
31.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
32.	4	4	4	5	17	5	5	5	4	19	4	4	4	12
33.	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15

Lampiran 4. Gambaran Umum Responden

Gambaran Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	20-35	20	61%
2	36-50	12	36%
3	>50	1	3%
	Jumlah	33	100%



Gambaran Responden Berdasarkan Media Social yang digunakan

\$MediaSocialygDigunakan Frequencies

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
\$MediaSocialygDigunakan ^a	Instagram	20	44.4%	66.7%
	Facebook	13	28.9%	43.3%
	Twitter	3	6.7%	10.0%
	Lainnya	9	20.0%	30.0%
Total		45	100.0%	150.0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif Pengetahuan Teknologi *Internet Marketing* X1

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_1	33	3	5	4.45	.564
X1_2	33	3	5	4.52	.566
X1_3	33	3	5	4.42	.663
X1_4	33	3	5	4.55	.617
Valid N (listwise)	33				

Analisis Deskriptif Penerapan *Digital Marketing* (Y1X2)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1X2_1	33	3	5	4.36	.653
Y1X2_2	33	4	5	4.52	.508
Y1X2_3	33	2	5	4.33	.692
Y1X2_4	33	3	5	4.42	.663
Valid N (listwise)	33				

Analisis Deskriptif Keberhasilan Usaha (Y2)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y2_1	33	2	5	4.00	.750
Y2_2	33	2	5	4.06	.899
Y3_3	33	2	5	4.06	.788
Valid N (listwise)	33				

Lampiran 6. Hasil Analisis Data

Uji Validitas Pengetahuan Teknologi *Internet Marketing*

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	TOTAL_X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.516**	.471**	.343	.738**
	Sig. (2-tailed)		.002	.006	.051	.000
	N	33	33	33	33	33
X1_2	Pearson Correlation	.516**	1	.566**	.513**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.002		.001	.002	.000
	N	33	33	33	33	33
X1_3	Pearson Correlation	.471**	.566**	1	.410*	.803**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001		.018	.000
	N	33	33	33	33	33
X1_4	Pearson Correlation	.343	.513**	.410*	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.051	.002	.018		.000
	N	33	33	33	33	33
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.738**	.828**	.803**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	33	33	33	33	33

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

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

Uji Validitas Penerapan *Digital Marketing*

Correlations

		Y1X2_1	Y1X2_2	Y1X2_3	Y1X2_4	TOTAL_Y1X2
Y1X2_1	Pearson Correlation	1	.454**	.138	.210	.640**
	Sig. (2-tailed)		.008	.443	.241	.000
	N	33	33	33	33	33
Y1X2_2	Pearson Correlation	.454**	1	.297	.352*	.711**
	Sig. (2-tailed)	.008		.094	.045	.000
	N	33	33	33	33	33
Y1X2_3	Pearson Correlation	.138	.297	1	.431*	.698**
	Sig. (2-tailed)	.443	.094		.012	.000
	N	33	33	33	33	33
Y1X2_4	Pearson Correlation	.210	.352*	.431*	1	.731**
	Sig. (2-tailed)	.241	.045	.012		.000
	N	33	33	33	33	33
TOTAL_Y1X2	Pearson Correlation	.640**	.711**	.698**	.731**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	33	33	33	33	33

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

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

Uji Validitas Keberhasilan Usaha

Correlations

		Y2_1	Y2_2	Y3_3	TOTAL_Y2
Y2_1	Pearson Correlation	1	.834**	.793**	.934**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	33	33	33	33
Y2_2	Pearson Correlation	.834**	1	.788**	.944**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	33	33	33	33
Y3_3	Pearson Correlation	.793**	.788**	1	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	33	33	33	33
TOTAL_Y2	Pearson Correlation	.934**	.944**	.920**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	33	33	33	33

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

Uji Reliabilitas Pengetahuan Teknologi *Internet Marketing*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	4

Uji Reliabilitas Penerapan *Digital Marketing*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.633	4

Uji Reliabilitas Keberhasilan Usaha

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	3

Regresi Linear Berganda

Regresi Linear 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.453	2.531		3.340	.002
	Pengetahuan Teknologi Internet Marketing (X1)	.512	.140	.548	3.647	.001

a. Dependent Variable: Penerapan Digital Marketing (Y1X2)

Regresi Linear 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.579	2.844		-1.610	.118
	Penerapan Digital Marketing (Y1X2)	.947	.160	.727	5.900	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y2)

Hasil Uji t (Parsial)

Uji t 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.453	2.531		3.340	.002
	Pengetahuan Teknologi <i>Internet Marketing</i> (X1)	.512	.140	.548	3.647	.001

a. Dependent Variable: Penerapan Digital Marketing (Y1X2)

Uji t 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.579	2.844		-1.610	.118
	Penerapan <i>Digital Marketing</i> (Y1X2)	.947	.160	.727	5.900	.000

a. Dependent Variable: Keberhasilan Usaha (Y2)



8.88% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

Report #11275468

BAB IPENDAHULUAN Latar Belakang Masalah Teknologi mengalami pertumbuhan dengan sangat pesat, adanya kemajuan teknologi sangat membantu dan memudahkan manusia dalam berbagai aspek. Kemajuan teknologi tidak dapat dihindari karena akan selalu beriringan dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Pertumbuhan internet menjadi salah satu kemajuan teknologi perpaduan antara teknologi informasi dan komunikasi yang amat luas bagi manusia. Indonesia merupakan salah satu Negara dengan masyarakat yang sudah banyak terhubung dengan internet. Menurut Data Statista ADDIN (Jayani, 2019) pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan dari tahun 2017-2018 sekitar 11 juta pengguna atau mengalami peningkatan sebanyak 13,3%, dan pada tahun berikutnya pengguna internet di Indonesia akan terus mengalami kenaikan dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 10,2% pada periode 2018-2023. Gambar 1. SEQ Gambar_1. * ARABIC 1 Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia 2017-2023 Sumber: Statista, 22 Februari 2019 Sementara Negara Indonesia berada di peringkat ketiga sebagai Negara pengguna internet terbanyak di Asia yaitu sebesar 53% atau sekitar 143 juta jiwa, lebih dari setengah penduduk di Indonesia dengan populasi diperkirakan mencapai 269,5 juta jiwa. Peringkat ini masih di bawah Negara Tiongkok dan India yang