

LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner penelitian



KUESIONER PENELITIAN

No. Responden

Dalam rangka penyelesaian penelitian untuk keperluan skripsi yang berjudul **“PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING CAPABILITY, E-COMMERCE ADOPTION DAN INSTANT MESSAGING MARKETING ORIENTATION TERHADAP PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN UMKM PARIWISATA DI KABUPATEN PESISIR BARAT”**.

Bersama ini saya,

Nama : Eka Santi
NPM : 2222310034
Email : ekasanti@gmail.com
Fakultas/Jurusan : S2 Magister Manajemen

Memohon bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian yang terlampir. Jawaban yang objektif akan sangat membantu penelitian ini. Semua jawaban akan dijaga kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

Atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih

Format Pengisian Kuesioner

Jawablah pertanyaan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur.

Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang paling benar.

Pertanyaan/ pernyataan harus dijawab semua.

Identitas Responden

Nama responden :

1. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

2. Usia :

< 20 Tahun 20 – 25 Tahun

26 – 30 Tahun 31 – 35 Tahun

36 – 40 Tahun

3. Pendidikan :

SMA Diploma (D3)

Strata 1 (S1) Pasca Sarjana (S2)

Berilah tanda ceklis (√) pada kolom yang sesuai dengan keadaan dan situasi anda saat ini.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

CS : Cukup Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

1. Sosial Media Marketing Capability (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya secara rutin membuat konten berkualitas tentang produk dan layanan yang menarik perhatian audiens.					
2	Saya membagikan konten yang relevan dan informatif mengenai destinasi wisata dan layanan kami di berbagai platform media sosial.					
3	Merek usaha saya mudah dikenali oleh calon pelanggan di media sosial.					
4	Saya konsisten dalam menjaga kehadiran online untuk memperkuat visibilitas merek kami di platform media sosial.					
5	Saya aktif merespons komentar, pesan, atau umpan balik dari pengikut di media sosial.					
6	Saya sering mengadakan aktivitas interaktif, seperti polling atau sesi tanya jawab, untuk melibatkan audiens.					
7	Saya memantau data dari media sosial untuk memahami tren, preferensi, dan minat pelanggan.					
8	Saya berusaha membangun komunitas yang loyal dan aktif di sekitar merek atau produk wisata kami.					
9	Saya mengadakan aktivitas yang mendorong keterlibatan pelanggan dalam komunitas yang kami bangun.					
10	Saya menjaga reputasi merek dengan merespons keluhan pelanggan di media sosial secara cepat dan profesional.					

2. E-commerce Adoption (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya secara aktif menggunakan platform e-commerce untuk memasarkan produk atau layanan kami.					
2	Platform e-commerce yang kami gunakan memudahkan pelanggan dalam mencari informasi tentang produk kami.					
3	Sistem e-commerce kami terintegrasi dengan baik dengan berbagai platform pembayaran.					
4	Platform e-commerce yang kami gunakan terhubung dengan sistem inventaris dan manajemen produk kami.					
5	Pelanggan kami merasa aman saat melakukan transaksi melalui platform e-commerce yang kami gunakan.					
6	Kami menjaga kerahasiaan data pelanggan yang bertransaksi melalui platform e-commerce kami.					
7	Pelanggan merasa mudah menavigasi platform e-commerce kami untuk menemukan produk yang mereka butuhkan.					
8	Tampilan dan fitur platform e-commerce kami memudahkan pelanggan dalam bertransaksi.					
9	Kami memberikan layanan pelanggan yang responsif melalui platform e-commerce.					
10	Pelanggan kami merasa terbantu dengan dukungan yang diberikan saat berbelanja di platform e-commerce kami.					

3. Instant Messaging Marketing Orientation (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Kami secara rutin berinteraksi dengan pelanggan melalui aplikasi pesan instan.					
2.	Kami menggunakan pesan instan untuk memberikan informasi terbaru kepada pelanggan secara berkala.					
3.	Kami merespons pertanyaan pelanggan melalui pesan instan dengan cepat.					
4.	Pelanggan kami merasa puas dengan kecepatan respons yang kami berikan melalui pesan instan.					
5	Pelanggan kami merasa puas dengan pengalaman menggunakan layanan pesan instan kami.					
6.	Kami menerima banyak tanggapan positif dari pelanggan mengenai layanan kami melalui pesan instan.					
7.	Banyak pelanggan yang tertarik dan melakukan pembelian setelah berkomunikasi melalui pesan instan.					
8.	Penggunaan pesan instan membantu kami dalam meningkatkan jumlah transaksi.					
9.	Kami sering mendapatkan tanggapan dan umpan balik dari pelanggan melalui pesan instan.					
10.	Pelanggan kami aktif berinteraksi dan merespons promosi yang kami kirim melalui pesan instan.					

4. Kinerja Pemasaran (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Volume penjualan produk kami meningkat secara konsisten dari waktu ke waktu.					
2.	Kami berhasil mencapai target penjualan yang ditetapkan setiap periode.					
3.	Pangsa pasar produk kami di industri ini terus meningkat.					
4.	Kami memiliki posisi yang kuat di pasar dibandingkan dengan pesaing.					
5.	Investasi yang kami lakukan dalam kegiatan pemasaran memberikan keuntungan yang memadai.					
6.	Kami mendapatkan laba yang sesuai dari setiap dana yang diinvestasikan dalam pemasaran.					
7.	Pelanggan merasa puas dengan produk dan layanan yang kami tawarkan.					
8.	Pelanggan kami memberikan umpan balik positif terkait pengalaman mereka dengan produk kami.					
9.	Merek kami dikenal dengan baik oleh target pasar.					
10.	Pelanggan kami menunjukkan loyalitas dengan melakukan pembelian ulang secara rutin.					

Lampiran 2 Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan
1	Laki-Laki	20 - 25 Tahun	SMA
2	Perempuan	20 - 25 Tahun	SMA
3	Perempuan	20 - 25 Tahun	SMA
4	Perempuan	20 - 25 Tahun	D3 (Diploma)
5	Perempuan	20 - 25 Tahun	D3 (Diploma)
6	Perempuan	20 - 25 Tahun	D3 (Diploma)
7	Perempuan	20 - 25 Tahun	SMA
8	Laki-Laki	20 - 25 Tahun	D3 (Diploma)
9	Perempuan	25 - 30 Tahun	S1 (Strata 1)
10	Perempuan	25 - 30 Tahun	S1 (Strata 1)
11	Laki-Laki	25 - 30 Tahun	D3 (Diploma)
12	Perempuan	20 - 25 Tahun	SMA
13	Perempuan	20 - 25 Tahun	SMA
14	Perempuan	20 - 25 Tahun	SMA
15	Perempuan	20 - 25 Tahun	SMA
16	Perempuan	20 - 25 Tahun	SMA
17	Laki-Laki	20 - 25 Tahun	S1 (Strata 1)
18	Perempuan	25 - 30 Tahun	S1 (Strata 1)
19	Perempuan	25 - 30 Tahun	S1 (Strata 1)
20	Perempuan	25 - 30 Tahun	S1 (Strata 1)
21	Perempuan	31 - 35 Tahun	S1 (Strata 1)
22	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	S1 (Strata 1)
23	Perempuan	25 - 30 Tahun	SMA
24	Perempuan	25 - 30 Tahun	S1 (Strata 1)
25	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	S1 (Strata 1)
26	Perempuan	31 - 35 Tahun	S1 (Strata 1)
27	Laki-Laki	20 - 25 Tahun	SMA
28	Laki-Laki	20 - 25 Tahun	SMA
29	Perempuan	20 - 25 Tahun	SMA
30	Perempuan	20 - 25 Tahun	SMA
31	Laki-Laki	20 - 25 Tahun	SMA
32	Laki-Laki	20 - 25 Tahun	SMA
33	Laki-Laki	20 - 25 Tahun	SMA
34	Perempuan	20 - 25 Tahun	SMA
35	Perempuan	25 - 30 Tahun	S1 (Strata 1)
36	Perempuan	25 - 30 Tahun	S1 (Strata 1)
37	Laki-Laki	25 - 30 Tahun	S1 (Strata 1)
38	Perempuan	31 - 35 Tahun	S1 (Strata 1)

39	Perempuan	25 - 30 Tahun	D3 (Diploma)
40	Perempuan	25 - 30 Tahun	D3 (Diploma)

Lampiran 3 Jawaban responden

No	X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8	X1P9	X1P10	X1
1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	37
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	3	3	4	4	1	4	1	32
5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	36
6	5	1	5	4	4	3	5	5	5	5	42
7	2	1	1	4	4	4	4	1	4	4	29
8	4	1	1	2	3	1	4	4	1	4	25
9	1	1	4	1	4	4	4	4	4	4	31
10	3	1	1	2	3	1	3	3	1	3	21
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
15	2	2	2	2	2	4	4	2	4	2	26
16	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	46
17	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	33
18	4	2	4	4	4	4	4	2	4	2	34
19	1	1	1	2	4	2	3	4	4	4	26
20	4	4	4	3	3	3	5	3	5	3	37
21	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	36
22	2	2	2	3	3	3	3	3	3	1	25
23	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	29
24	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
25	2	2	2	5	1	5	5	5	5	4	36
26	2	3	4	4	2	4	4	4	4	3	34
27	2	2	4	2	2	2	4	4	2	2	26
28	2	1	5	5	5	4	5	4	4	4	39
29	2	1	5	5	5	4	5	4	4	4	39
30	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31
31	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	37
33	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
34	4	4	4	3	3	4	4	1	4	1	32
35	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	36

36	5	1	5	4	4	3	5	5	5	5	42
37	2	1	1	4	4	4	4	1	4	4	29
38	4	4	5	2	3	5	4	4	4	4	39
39	4	4	4	3	3	3	5	3	5	3	37
40	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	36

No	X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	X2P9	X2P10	X2
1	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4	44
2	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	43
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
4	5	5	5	5	4	5	4	3	3	4	43
5	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	29
6	3	4	5	5	4	3	4	3	5	4	40
7	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	36
8	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	39
9	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	35
10	3	5	4	4	4	4	3	3	3	4	37
11	3	2	3	3	3	4	4	3	2	3	30
12	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	34
13	4	5	5	5	5	4	3	3	3	5	42
14	3	5	5	4	5	3	3	3	3	5	39
15	4	5	4	5	4	3	4	3	3	4	39
16	5	5	4	5	4	3	3	3	4	4	40
17	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	34
18	3	5	5	4	3	4	4	3	5	3	39
19	3	4	4	4	5	3	3	2	3	5	36
20	4	5	4	4	3	3	3	3	4	3	36
21	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	28
22	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	45
23	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	42
24	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	34
25	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
26	4	3	3	3	4	3	4	3	5	4	36
27	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
28	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	30
29	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	36
30	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	44
31	4	4	3	2	5	4	5	4	4	5	40
32	4	3	1	5	3	3	4	4	3	3	33
33	3	3	5	4	5	5	5	3	3	5	41
34	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	40

35	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	47
36	5	1	5	2	5	3	3	2	2	5	33
37	3	3	4	5	3	3	3	3	4	3	34
38	1	4	2	5	4	4	2	4	4	4	34
39	3	5	3	5	3	4	4	4	2	3	36
40	2	2	2	4	2	2	3	3	4	2	26

No	X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6	X3P7	X3P8	X3P9	X3P10	X3
1	5	5	4	5	5	3	3	4	3	3	40
2	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	42
3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	36
4	5	5	4	5	4	3	3	3	3	3	38
5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	32
6	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	40
7	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	35
8	5	4	4	3	4	3	3	4	5	3	38
9	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	37
10	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	33
11	2	3	3	4	4	3	4	3	2	4	32
12	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	36
13	4	5	5	4	3	3	5	4	3	5	41
14	5	4	5	3	3	3	4	4	3	4	38
15	5	4	4	3	4	3	2	3	3	2	33
16	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	36
17	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	33
18	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	39
19	4	4	5	3	3	2	4	3	3	4	35
20	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	33
21	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	26
22	4	4	5	5	5	4	3	4	4	3	41
23	4	3	4	3	4	3	3	5	4	3	36
24	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	34
25	4	3	3	3	4	4	1	4	3	1	30
26	5	5	4	3	4	3	2	5	5	2	38
27	4	5	4	4	4	4	2	5	5	2	39
28	4	4	3	3	3	4	5	3	3	5	37
29	3	4	3	3	4	4	5	3	4	5	38
30	5	4	4	4	4	4	3	5	5	3	41
31	4	5	5	4	5	4	3	5	4	3	42
32	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	36
33	3	4	5	5	5	3	3	3	3	3	37

34	5	5	4	4	5	4	3	5	5	3	43
35	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	46
36	4	4	5	3	3	2	4	4	2	4	35
37	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	34
38	5	2	4	4	2	4	3	2	4	3	33
39	5	5	3	4	4	4	3	2	2	3	35
40	4	2	2	2	3	3	2	2	4	2	26

No	YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	YP9	YP10	Y
1	5	5	4	5	5	3	3	4	5	4	43
2	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	37
4	5	5	4	5	4	3	3	3	5	5	42
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
6	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	44
7	4	4	3	3	4	3	3	3	5	4	36
8	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	43
9	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	37
10	4	3	4	4	3	3	3	3	5	5	37
11	2	3	3	4	4	2	3	3	3	2	29
12	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	35
13	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	41
14	5	4	5	3	3	3	4	4	3	3	37
15	5	4	4	3	4	3	3	3	5	4	38
16	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	36
17	4	5	3	3	3	3	3	3	3	4	34
18	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	41
19	4	4	5	3	3	3	3	3	3	4	35
20	3	3	3	3	3	4	4	5	5	4	37
21	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	28
22	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	42
23	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	40
24	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	35
25	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	34
26	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	44
27	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	46
28	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	34
29	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	36
30	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	45
31	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	46
32	4	3	3	3	4	3	4	4	3	2	33

33	3	4	5	5	5	3	2	3	5	4	39
34	5	5	4	4	5	5	3	5	5	4	45
35	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	46
36	4	4	5	3	3	2	3	4	5	3	36
37	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	32
38	5	2	4	4	2	4	5	2	2	4	34
39	5	5	3	4	4	2	2	2	5	4	36
40	4	2	2	2	3	4	4	2	4	3	30

Lampiran 4 Uji karakteristik responden

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-Laki	12	30,0	30,0	30,0
Valid Perempuan	28	70,0	70,0	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20 - 25 Tahun	22	55,0	55,0	55,0
Valid 25 - 30 Tahun	13	32,5	32,5	87,5
31 - 35 Tahun	5	12,5	12,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMA	18	45,0	45,0	45,0
Valid D3 (Diploma)	7	17,5	17,5	62,5
S1 (Strata 1)	15	37,5	37,5	100,0
Total	40	100,0	100,0	

Lampiran 5 Uji asumsi Klasik

Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja Pemasaran * Sosial Media Marketing Capability	Between Groups	(Combined)	508,533	16	31,783	1,481	,190
		Linearity	25,531	1	25,531	1,190	,287
		Deviation from Linearity	483,002	15	32,200	1,501	,185
	Within Groups		493,467	23	21,455		
	Total		1002,000	39			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja Pemasaran * E-Commerce Adoption	Between Groups	(Combined)	818,783	16	51,174	6,424	,000
		Linearity	753,208	1	753,208	94,554	,000
		Deviation from Linearity	65,576	15	4,372	,549	,884
	Within Groups		183,217	23	7,966		
	Total		1002,000	39			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja Pemasaran * Instant Messaging Marketing Orientation	Between Groups	(Combined)	864,417	14	61,744	11,219	,000
		Linearity	746,030	1	746,030	135,560	,000
		Deviation from Linearity	118,387	13	9,107	1,655	,135
	Within Groups		137,583	25	5,503		
	Total		1002,000	39			

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Sosial Media Marketing Capability	E-Commerce Adoption	Instant Messaging Marketing Orientation	Kinerja Pemasaran
N		40	40	40	40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	35,03	37,23	36,35	38,00
	Std. Deviation	6,116	4,954	4,203	5,069
Most Extreme Differences	Absolute	,163	,115	,088	,153
	Positive	,108	,098	,072	,153
	Negative	-,163	-,115	-,088	-,088
Kolmogorov-Smirnov Z		1,033	,727	,555	,969
Asymp. Sig. (2-tailed)		,236	,666	,918	,305
a. Test distribution is Normal.					
b. Calculated from data.					

Lampiran 6 Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,914 ^a	,835	,821	2,142
a. Predictors: (Constant), Instant Messaging Marketing Orientation, Sosial Media Marketing Capability , E-Commerce Adoption				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	836,875	3	278,958	60,818	,000 ^b
	Residual	165,125	36	4,587		
	Total	1002,000	39			
a. Dependent Variable: Kinerja Pemasaran						
b. Predictors: (Constant), Instant Messaging Marketing Orientation, Sosial Media Marketing Capability , E-Commerce Adoption						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,462	3,622		,680	,501
	Sosial Media Marketing Capability	-,098	,059	-,118	-1,650	,108
	E-Commerce Adoption	,430	,127	,420	3,372	,002
	Instant Messaging Marketing Orientation	,632	,149	,524	4,250	,000
a. Dependent Variable: Kinerja Pemasaran						

Lampiran 7 Uji Valid dan Reliabilitas

		Correlations										
		X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8	X1P9	X1P10	Sosial Media Marketing Capability
X1P1	Pearson Correlation	1	,619**	,531**	,282	,224	,181	,341*	,172	,257	,097	,651**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,078	,164	,264	,031	,289	,109	,551	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1P2	Pearson Correlation	,619**	1	,476**	,198	-,034	,505**	,094	,026	,337*	-,179	,558**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,222	,834	,001	,564	,871	,033	,268	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1P3	Pearson Correlation	,531**	,476**	1	,361*	,262	,484**	,555**	,379*	,494**	,113	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002		,022	,102	,002	,000	,016	,001	,486	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1P4	Pearson Correlation	,282	,198	,361*	1	,308	,529**	,504**	,187	,494**	,229	,648**
	Sig. (2-tailed)	,078	,222	,022		,053	,000	,001	,247	,001	,156	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1P5	Pearson Correlation	,224	-,034	,262	,308	1	,099	,152	,005	,167	,194	,375*
	Sig. (2-tailed)	,164	,834	,102	,053		,542	,350	,975	,304	,230	,017
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1P6	Pearson Correlation	,181	,505**	,484**	,529**	,099	1	,379*	,013	,693**	,091	,646**
	Sig. (2-tailed)	,264	,001	,002	,000	,542		,016	,937	,000	,578	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1P7	Pearson Correlation	,341*	,094	,555**	,504**	,152	,379*	1	,317*	,634**	,360*	,669**
	Sig. (2-tailed)	,031	,564	,000	,001	,350	,016		,046	,000	,023	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1P8	Pearson Correlation	,172	,026	,379*	,187	,005	,013	,317*	1	,135	,564**	,492**

	Sig. (2-tailed)	,289	,871	,016	,247	,975	,937	,046		,407	,000	,001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1P9	Pearson Correlation	,257	,337*	,494**	,494**	,167	,693**	,634**	,135	1	,238	,704**
	Sig. (2-tailed)	,109	,033	,001	,001	,304	,000	,000	,407		,140	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1P10	Pearson Correlation	,097	-,179	,113	,229	,194	,091	,360*	,564**	,238	1	,449**
	Sig. (2-tailed)	,551	,268	,486	,156	,230	,578	,023	,000	,140		,004
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Sosial Media Marketing Capability	Pearson Correlation	,651**	,558**	,790**	,648**	,375*	,646**	,669**	,492**	,704**	,449**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,017	,000	,000	,001	,000	,004	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Correlations

		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	X2P9	X2P10	E-Commerce Adoption
X2P1	Pearson Correlation	1	,277	,480**	,152	,333*	,150	,348*	-,045	,067	,333*	,567**
	Sig. (2-tailed)		,083	,002	,350	,036	,355	,028	,782	,683	,036	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2P2	Pearson Correlation	,277	1	,412**	,584**	,270	,362*	,206	,277	,227	,270	,709**
	Sig. (2-tailed)	,083		,008	,000	,092	,022	,202	,084	,160	,092	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2P3	Pearson Correlation	,480**	,412**	1	,218	,476**	,315*	,209	-,211	,093	,476**	,651**
	Sig. (2-tailed)	,002	,008		,176	,002	,048	,196	,192	,567	,002	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2P4	Pearson Correlation	,152	,584**	,218	1	,035	,198	,075	,177	,191	,035	,491**

	Sig. (2-tailed)	,350	,000	,176		,831	,220	,647	,275	,237	,831	,001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2P5	Pearson Correlation	,333*	,270	,476**	,035	1	,435**	,287	-,004	,097	1,000**	,679**
	Sig. (2-tailed)	,036	,092	,002	,831		,005	,072	,982	,553	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2P6	Pearson Correlation	,150	,362*	,315*	,198	,435**	1	,502**	,278	,006	,435**	,609**
	Sig. (2-tailed)	,355	,022	,048	,220	,005		,001	,083	,970	,005	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2P7	Pearson Correlation	,348*	,206	,209	,075	,287	,502**	1	,386*	,232	,287	,579**
	Sig. (2-tailed)	,028	,202	,196	,647	,072	,001		,014	,149	,072	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2P8	Pearson Correlation	-,045	,277	-,211	,177	-,004	,278	,386*	1	,342*	-,004	,328*
	Sig. (2-tailed)	,782	,084	,192	,275	,982	,083	,014		,031	,982	,039
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2P9	Pearson Correlation	,067	,227	,093	,191	,097	,006	,232	,342*	1	,097	,407**
	Sig. (2-tailed)	,683	,160	,567	,237	,553	,970	,149	,031		,553	,009
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2P10	Pearson Correlation	,333*	,270	,476**	,035	1,000**	,435**	,287	-,004	,097	1	,679**
	Sig. (2-tailed)	,036	,092	,002	,831	,000	,005	,072	,982	,553		,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
E-Commerce Adoption	Pearson Correlation	,567**	,709**	,651**	,491**	,679**	,609**	,579**	,328*	,407**	,679**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,039	,009	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Correlations												
		X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6	X3P7	X3P8	X3P9	X3P10	Instant Messaging Marketing Orientation
X3P1	Pearson Correlation	1	,389*	,310	,106	,256	,228	-,219	,185	,254	-,219	,438**
	Sig. (2-tailed)		,013	,052	,516	,110	,158	,174	,254	,113	,174	,005
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3P2	Pearson Correlation	,389*	1	,469**	,397*	,518**	,244	,126	,372*	,143	,126	,738**
	Sig. (2-tailed)	,013		,002	,011	,001	,129	,440	,018	,378	,440	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3P3	Pearson Correlation	,310	,469**	1	,435**	,287	-,004	,127	,416**	,097	,127	,641**
	Sig. (2-tailed)	,052	,002		,005	,072	,982	,433	,008	,553	,433	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3P4	Pearson Correlation	,106	,397*	,435**	1	,502**	,278	-,010	,087	,006	-,010	,506**
	Sig. (2-tailed)	,516	,011	,005		,001	,083	,951	,594	,970	,951	,001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3P5	Pearson Correlation	,256	,518**	,287	,502**	1	,386*	-,170	,385*	,232	-,170	,597**
	Sig. (2-tailed)	,110	,001	,072	,001		,014	,295	,014	,149	,295	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3P6	Pearson Correlation	,228	,244	-,004	,278	,386*	1	-,050	,161	,342*	-,050	,449**

	Sig. (2-tailed)	,158	,129	,982	,083	,014		,758	,320	,031	,758	,004
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3P7	Pearson Correlation	-,219	,126	,127	-,010	-,170	-,050	1	-,101	-,101	1,000**	,352*
	Sig. (2-tailed)	,174	,440	,433	,951	,295	,758		,537	,537	,000	,026
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3P8	Pearson Correlation	,185	,372*	,416**	,087	,385*	,161	-,101	1	,513**	-,101	,581**
	Sig. (2-tailed)	,254	,018	,008	,594	,014	,320	,537		,001	,537	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3P9	Pearson Correlation	,254	,143	,097	,006	,232	,342*	-,101	,513**	1	-,101	,471**
	Sig. (2-tailed)	,113	,378	,553	,970	,149	,031	,537	,001		,537	,002
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3P10	Pearson Correlation	-,219	,126	,127	-,010	-,170	-,050	1,000**	-,101	-,101	1	,352*
	Sig. (2-tailed)	,174	,440	,433	,951	,295	,758	,000	,537	,537		,026
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Instant Messaging Marketing Orientation	Pearson Correlation	,438**	,738**	,641**	,506**	,597**	,449**	,352*	,581**	,471**	,352*	1
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,001	,000	,004	,026	,000	,002	,026	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Correlations												
		YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	YP9	YP10	Kinerja Pemasaran
YP1	Pearson Correlation	1	,389 [*]	,310	,106	,256	,254	,292	,185	,294	,403 ^{**}	,584 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,013	,052	,516	,110	,113	,067	,254	,066	,010	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
YP2	Pearson Correlation	,389 [*]	1	,469 ^{**}	,397 [*]	,518 ^{**}	,143	-,042	,372 [*]	,395 [*]	,541 ^{**}	,694 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,013		,002	,011	,001	,378	,798	,018	,012	,000	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
YP3	Pearson Correlation	,310	,469 ^{**}	1	,435 ^{**}	,287	,097	,190	,416 ^{**}	,094	,434 ^{**}	,610 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,052	,002		,005	,072	,553	,239	,008	,564	,005	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
YP4	Pearson Correlation	,106	,397 [*]	,435 ^{**}	1	,502 ^{**}	,006	-,103	,087	,248	,344 [*]	,474 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,516	,011	,005		,001	,970	,526	,594	,122	,030	,002
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
YP5	Pearson Correlation	,256	,518 ^{**}	,287	,502 ^{**}	1	,232	,078	,385 [*]	,347 [*]	,256	,627 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,110	,001	,072	,001		,149	,633	,014	,028	,111	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
YP6	Pearson Correlation	,254	,143	,097	,006	,232	1	,655 ^{**}	,513 ^{**}	,142	,421 ^{**}	,592 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,113	,378	,553	,970	,149		,000	,001	,380	,007	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
YP7	Pearson Correlation	,292	-,042	,190	-,103	,078	,655 ^{**}	1	,490 ^{**}	-,132	,366 [*]	,477 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,067	,798	,239	,526	,633	,000		,001	,416	,020	,002
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

YP8	Pearson Correlation	,185	,372 [*]	,416 ^{**}	,087	,385 [*]	,513 ^{**}	,490 ^{**}	1	,295	,285	,683 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,254	,018	,008	,594	,014	,001	,001		,065	,075	,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
YP9	Pearson Correlation	,294	,395 [*]	,094	,248	,347 [*]	,142	-,132	,295	1	,351 [*]	,518 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,066	,012	,564	,122	,028	,380	,416	,065		,027	,001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
YP10	Pearson Correlation	,403 ^{**}	,541 ^{**}	,434 ^{**}	,344 [*]	,256	,421 ^{**}	,366 [*]	,285	,351 [*]	1	,736 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,005	,030	,111	,007	,020	,075	,027		,000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Kinerja Pemasaran	Pearson Correlation	,584 ^{**}	,694 ^{**}	,610 ^{**}	,474 ^{**}	,627 ^{**}	,592 ^{**}	,477 ^{**}	,683 ^{**}	,518 ^{**}	,736 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,002	,000	,001	,000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,784	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,683	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,801	10

Lampiran 8 data foto penelitian





PEMERINTAH KABUPATEN PESISIR BARAT
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung A, Perkantoran Pemerintah Kabupaten Pesisir Barat Lantai 1
 Jl. Kesatria, Kecamatan, Pesisir Tengah, Pesisir Barat, Lampung Kode Pos 34004
 Email: pesisirbarat.pesisirbarat@gmail.com, WebSite: Dpempesir.pesisirbaratkab.go.id

SURAT IZIN PENELITIAN/SURVEY

Nomor : 500.16.7.2/052/IV.15/PB/PENELITIAN/2024

- DASAR :**
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 Tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian
 2. Peraturan Bupati Pesisir Barat Nomor 63 Tahun 2019 Tentang Pendelegasian Kewenangan Bupati dibidang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pesisir Barat.
 3. Surat Rekomendasi dari Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik Kabupaten Pesisir Barat Nomor : 000.9.2/46/V.05/2024
 4. Surat Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Nomor : IP.038/DMJ/PASCA-MM/VI-2024 pada Tanggal 26 Agustus 2024 Perihal Permohonan Izin Penelitian Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya

Dengan ini memberikan izin kepada :

Nama : Eka Santi
 NIM : 2222310034
 Pekerjaan : Mahasiswa
 Alamat : Rata Agung, Pekon Lemong, Kecamatan, Lemong, Kabupaten Pesisir Barat
 Judul Penelitian : Pengaruh Social Media Marketing Capability, E-Commerce Adaption Dan Instant Messaging Marketing Orientation Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Pariwisata Di Kabupaten Pesisir Barat
 Kegiatan : Riset
 Lokasi : Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat Provinsi Lampung
 Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya
 Waktu : 3 Bulan (31 Juli 2024 – 31 November 2024)
 Tujuan : Mengadakan Penelitian Dalam Rangka Penyusunan Skripsi

Surat izin Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat digunakan sebagaimana perlunya.

Catatan :

- Rekomendasi ini diterbitkan untuk kepentingan penelitian.
- Tidak dibenarkan melakukan penelitian/survey yang tidak sesuai/tidak ada kaitannya dengan judul kegiatan penelitian/survey tersebut di atas.
- Melaporkan hasil penelitian/survey kepada Bupati Pesisir Barat cq. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Pesisir barat
- Surat izin ini dicabut kembali apabila pemegangnya tidak mematuhi ketentuan tersebut di atas.

Dikeluarkan di : Krui
 Pada Tanggal : 26 Agustus 2024

FOTO

PH. KEPALA DINAS

Digitally signed
 by HERDY
 WILISMAR,
 S.H.,M.M
 Date: 2024.08.26
 11:42:04 +0700

HERDY WILISMAR, S.H.,M.M
PEMBINA/IV.a
NIP. 19780309 201001 1 010

Keputusan :
 Bupati Pesisir Barat
 Kepala Dinas Terpadu Satu Pintu
 Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
 Kabupaten Pesisir Barat



PEMERINTAH KABUPATEN PESISIR BARAT
DINAS PARIWISATA

Jl. Wisata Labuhan Jukung, Kec. Pesisir Tengah Kode Pos 34674

Kruki, 16 Agustus 2024

Nomor : 500.13/DP/IV.18/2024
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian dan Survey

Kepada,
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Institut Informatika dan
Bisnis Darmajaya
di -
Tempat

Menindaklanjuti permohonan Izin Penelitian dan Survey atas nama sebagai berikut :

Nama : Eka Santi
NPM : 2222310034
Alamat : Rata Agung, Pekon Lemong Kecamatan Lemong
Kabupaten Pesisir Barat
Judul Penelitian : Pengaruh Sosial Media Marketing Capability, E-
Commerce Adoption dan Instant Messaging
Orientation Terhadap Peningkatan Kinerja
Pemasaran UMKM Pariwisata di Kabupaten Pesisir
Barat.
Lokasi Penelitian : Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat
Tujuan : Mengadakan Penelitian Dalam Rangka
Penyusunan Tesis
Waktu : 3 Bulan (25 Agustus 2024 – 26 November 2024)
Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut
Informatika dan Bisnis Darmajaya.

Bersama ini disampaikan bahwa Mahasiswa tersebut di atas dapat melaksanakan Penelitian di Dinas Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat, dengan catatan tetap menjaga kredibilitas dan norma-norma lokal Kabupaten Pesisir Barat.

Demikian, atas perhatannya diucapkan terima kasih.


Nyoman SETIAWAN, S.E., M.M.
Pembina Kelas Muda IV c
NIP 197311012002121006



**PEMERINTAH KABUPATEN PESISIR BARAT
DINAS KOPERASI, UKM DAN PERDAGANGAN**

Perkantoran Pemerintah Kabupaten Pesisir Barat
Jalan Kesuma, Kecamatan Pesisir Tengah, Pesisir Barat, Lampung Kode Pos 34894
Telp (0728) 7251085 Faksimile (0728) 7251019, Laman pesisirbaratkab.go.id
Pos-el : dbks.kmdagkpb@gmail.com

Kruki, 24 Agustus 2024

Nomor : 500.3/ 294/IV.14/2023
Lampiran : 7 (Tujuh) Lembar
Hal : Permintaan Sampel
Data UMKM untuk Penelitian

Kepada,
Yth. Ketua Yayasan Institut
Informatika dan Bisnis (IIB)
Darmajaya
di-
Bandar Lampung

Menindaklanjuti Surat Ketua Yayasan Institut Informatika dan
Bisnis (IIB) Darmajaya nomor IP.038/DMJ/PASCA-MM/VIII-2024
perihal Permohonan Izin Penelitian, Adapun mahasiswa tersebut :

Nama : Eka Santi
NPM : 2222310034
Jurusan : Magister Manajemen

Untuk menunjang penelitian tersebut, yang bersangkutan
mengajukan permintaan sampel data UMKM. Terkait hal tersebut
kami sampaikan 140 Sampel data UMKM Kabupaten Pesisir Barat
(terlampir)

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan
terimakasih

a.n KEPALA DINAS
KOPERASI, UKM DAN
PERDAGANGAN
SEKRETARIS.

