

LAMPIRAN

KUISIONER

Kepada YTH...

Bapak/Ibu/ Saudara Responden

Di Tempat

Saya merupakan mahasiswa yang sedang melakukan penelitian terkait pembuatan skripsi dengan penelitian bertema “ Model strategi Penetrasi Pasar dan peningkatan Kinerja Bisnis UMKM fashion di Indonesia melalui dampak Digital Marketing”. Untuk itu pada kesempatan ini, saya mengharapkan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara kiranya membantu saya mengisi kuisisioner ini. Apapun pendapat dan informasi yang diberikan, **SAYA AKAN JAMIN KERAHASIAANNYA** dan hal ini semata mata untuk kepentingan penelitian.

Saya sangat menghargai pengorbanan waktu maupun sumbangan pemikiran Bapak/Ibu/Saudara dalam mengisi kuisisioner ini. Oleh karena itu, saya sangat mengucapkan banyak terima kasih, semoga bantuan dan amal baik Bapak/Ibu/Saudara sekalian mendapat imbalan dari Allah SWT.Amin.

Dame Ria Simanjuntak
Peneliti IIB Darmajaya

Lampiran I

Panduan pengisian penelitian:

1. Jawablah seluruh pernyataan dibawah ini dengan benar dan jujur.
2. Pastikan Anda menjawab semua pernyataan untuk memastikan kelengkapan data yang dapat diolah oleh peneliti.
3. Tandai jawaban yang telah disediakan oleh peneliti dengan tanda (✓).
4. Berikan keterangan yang sesuai dengan petunjuk peneliti

Skala Pengukuran								
Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	Sangat Setuju

IDENTITAS RESPONDEN:

Nama Usaha

.....

Usia

☐ 17 – 25 tahun

☐ 26 – 35 tahun

☐ 36 – 45 tahun

☐ 46 – 55 tahun

Pendidikan terakhir

☐ SD

☐ SMP

☐ SMA

☐ DIPLOMA /VOKASI

☐ S1

☐ S2

☐ S3

Asal UMKM (isi dengan
nama kota/kabupaten)

.....

Kategori usaha

☐ MIKRO

	☐ KECIL
	☐ MENENGAH
	☐ BESAR
Kategori fashion	☐ BAJU
	☐ SEPATU
	☐ TAS
	☐ AKSESORIS
Sosial media yang sering digunakan	☐ INSTAGRAM
	☐ TIKTOK
	☐ FACEBOOK
	☐ X
Marketplace utama yang dijadikan jual beli online	☐ SHOPEE
	☐ TOKOPEDIA
	☐ LAZADA
	☐ BLIBLI
Instant Messaging yang biasa digunakan	☐ WHATSAPP
	☐ TELEGRAM
	☐ LINE
Tipe Content Digital Marketing yang biasa digunakan	☐ VIDEO
	☐ SINGLE IMAGE
	☐ CARAOUSEL
	☐ MEME
Jenis Content Digital Marketing yang paling sering dikeluarkan	☐ HIBURAN
	☐ EDUKASI
	☐ PROMOSI
	☐ QUIZ/KONTES
Platform periklanan digital yang paling sering digunakan	☐ META ADS (Instagram, Facebook, WhatsApp)
	☐ GOOGLE ADS (Adsense, Youtube ads)
	☐ TIKTOK ADS
	☐ SHOPEE ADS

☐ TOKOPEDIA ADS

☐ LAINNYA

Omset penjualan tertinggi ☐ ONLINE

☐ OFFLINE

DAFTAR PERNYATAAN:

1. Indikator Digital Marketing								
No.	Pernyataan	ST	Skala Interval					S
		S	1	2	3	4	5	6
Digital Customer Relationships Management								
1	Perusahaan saya selalu menggunakan media digital (baik berupa penggunaan media sosial, mobile apps dan website) untuk mengelola hubungan pelanggan yang baik.							
Digital Customer Insight								
2	Perusahaan saya mampu melakukan prediksi selera dan preferensi pelanggan dengan menggunakan media digital.							
Digital Channel Management								
3	Perusahaan saya mampu mengelola hubungan dengan supplier dan mitra bisnis secara strategis dengan menggunakan media digital.							
Digital Promotion								
4	Perusahaan saya secara agresif menggunakan digital marketing untuk menarik konsumen.							

2. Indikator E- Market Sensing Capability								
No.	Pernyataan	STS	Skala Interval					SS
		1	2	3	4	5	6	7
Digital business sense								
1	Perusahaan saya dapat memanfaatkan berbagai platform media digital untuk mengetahui perubahan lingkungan bisnis modern yang semakin sengit.							
Digital advantage sense								
2	Perusahaan saya dapat memanfaatkan berbagai platform media digital untuk mendapatkan keunggulan kompetitif bagi bisnis.							
Digital opportunities sense								

3	Perusahaan saya dapat memanfaatkan berbagai platform media digital untuk mencari peluang peluang bisnis yang baru.							
Digital Expansion Sense								
4	Perusahaan saya dapat memanfaatkan berbagai platform media digital untuk memperluas pasar dari bisnis kami							

3. Indikator Penetrasi Pasar								
No.	Pernyataan	STS	Skala Interval					SS
		1	2	3	4	5	6	7
Customer Retention								
1	Perusahaan saya secara aktif mempertahankan pelanggan lama dengan memberikan layanan dengan tingkat kepuasan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.							
Sales to Existing								
2	Perusahaan saya mampu dengan mudah meyakinkan pelanggan lama untuk membeli lebih banyak produk/jasa.							
Increasing Share of Market								
3	Perusahaan saya secara konsisten mencoba memperluas jangkauan pasar dan menambah jumlah pelanggan baru untuk meningkatkan penjualan.							
The Use of Innovation								
4	Perusahaan saya selalu mengembangkan inovasi untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.							
Upstraeming Market								
5	Strategi pemasaran perusahaan saya melibatkan kerjasama dengan mitra lain seperti komunitas dan organisasi UMKM untuk memperluas jangkauan produk ke pasar yang lebih luas.							

4. Indikator Kinerja Bisnis									
No .	Pernyataan	ST S	Skala Interval						SS
		1	2	3	4	5	6	7	
Sales									
1	Penjualan produk/jasa perusahaan kami stabil dan cenderung meningkat dari waktu ke waktu.								
Profitability									
2	Perusahaan kami saat ini mengalami peningkatan keuntungan secara konsisten dari waktu ke waktu.								
Market share									
3	Perusahaan kami mampu mempertahankan dan bahkan meningkatkan pangsa pasar yang signifikan dibandingkan dengan kompetitor.								
Acquiring new customers									
4	Perusahaan kami mengalami peningkatan jumlah pelanggan baru yang signifikan dalam beberapa waktu ini.								
Return on investment									
5	Perusahaan kami merasa bahwa dana yang diinvestasikan dalam kegiatan usaha mampu memberikan keuntungan yang optimal.								
Customer satisfaction									
6	Perusahaan kami merasa bahwa tingkat kepuasan pelanggan perusahaan berada pada level yang tinggi								

Lampiran II

Tabulasi data dari hasil jawaban responden

NO	DMS 1	DMS 2	DMS 3	DMS 4	ESC 1	ESC 2	ESC 3	ESC 4	MPP 1	MPP 2	MPP 3	MPP 4	MPP 5	BP 1	BP 2	BP 3	BP 4	BP 5	BP 6
1	6	6	5	7	6	7	7	7	7	6	7	6	5	6	6	6	6	6	6
2	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4	4	4	4	4	7
3	7	6	6	7	7	7	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6
4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	7	7	7	5	6	6	7	5	7
5	6	5	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5
6	7	7	4	7	7	7	7	7	6	6	7	7	3	5	4	4	6	6	6
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	5	5	6	6	6	6
8	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7
9	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
10	7	6	5	6	7	6	5	5	6	5	6	6	5	6	5	6	6	5	5
11	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
12	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6
13	6	6	6	6	6	4	4	5	5	6	6	6	3	4	5	4	5	4	4
14	4	5	5	5	5	5	7	7	7	7	7	7	1	4	4	4	4	7	6
15	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
16	6	6	2	7	6	7	6	7	6	4	7	6	1	7	6	5	6	3	7
17	1	4	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6
18	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	6	4	4	4	4	4	5	4
19	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7

20	7	5	6	6	6	6	7	7	7	6	6	6	6	5	4	5	6	3	6
21	7	5	5	5	4	4	4	4	7	7	7	7	4	5	4	5	5	6	7
22	6	6	6	6	6	6	6	6	7	6	7	6	5	5	5	5	6	6	7
23	4	6	5	6	5	4	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6
24	7	6	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
25	7	4	6	7	7	5	5	6	3	5	7	5	6	7	7	6	7	7	7
26	7	7	7	5	7	6	7	7	7	6	7	7	7	6	6	5	6	5	7
27	7	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
28	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
29	7	7	7	7	6	4	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4	6
30	7	6	4	7	7	7	6	7	5	5	6	6	6	4	3	4	4	3	5
31	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	6	7
32	7	5	7	6	6	6	6	6	6	6	6	7	4	6	6	6	6	6	6
33	6	5	5	6	5	5	6	7	6	6	7	6	4	4	4	3	3	4	6
34	7	6	5	6	6	6	7	7	6	6	6	7	6	5	5	5	6	4	5
35	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	7	7	6	6	6	6	6	6	5
36	6	6	5	5	5	6	6	6	5	6	4	6	6	4	4	4	6	5	4
37	6	7	6	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
38	6	5	5	4	4	5	6	3	4	3	4	4	4	5	6	6	4	4	4
39	6	6	6	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	6	4	3	3	3	4
40	7	6	7	7	7	7	7	7	7	6	7	7	5	7	6	5	7	7	7
41	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	7	7	7
42	7	6	6	6	6	6	6	6	7	5	7	7	2	4	2	3	4	2	6
43	6	5	4	5	5	5	5	6	5	4	6	5	4	6	6	5	5	5	6

44	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
45	7	5	5	5	6	6	6	6	7	4	6	4	4	6	6	4	5	5	5
46	7	5	7	7	7	7	7	7	5	5	5	6	7	7	4	4	5	5	5
47	5	4	5	6	7	7	7	7	6	6	7	6	4	6	6	6	5	5	5
48	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	7	6	1	4	4	4	1	6	6
49	6	5	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
50	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	6	4	7	7	4	6	6	5
51	7	6	6	3	6	5	6	7	7	7	7	6	4	6	7	7	5	7	6
52	7	7	4	7	5	6	5	5	6	6	6	6	5	4	4	4	6	5	6
53	7	5	5	5	5	5	5	5	7	5	6	6	5	5	5	4	4	4	7
54	6	6	7	6	5	6	5	6	6	6	6	7	5	5	5	6	5	7	6
55	7	6	6	7	5	7	5	6	7	7	7	7	2	6	6	4	7	6	5
56	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
57	5	4	6	6	4	5	5	5	4	3	4	6	3	5	5	4	4	4	7
58	6	4	5	6	4	5	6	5	6	5	6	5	4	5	5	5	5	5	5
59	6	6	6	7	7	7	6	7	7	7	7	7	6	6	5	6	5	6	7
60	7	5	7	7	7	6	7	7	6	7	7	7	7	5	5	7	6	7	6
61	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
62	5	6	5	5	5	5	5	4	5	5	4	6	6	5	5	4	6	7	6
63	5	4	3	7	5	5	6	6	7	7	6	7	7	1	1	1	5	4	4
64	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6
65	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
66	7	5	5	7	7	5	7	7	7	5	7	7	5	4	4	4	4	4	7
67	5	6	5	6	7	6	7	7	4	6	5	7	1	6	6	6	6	7	6

68	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	5	5	5	6	6	6	6
69	6	6	6	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
70	7	7	7	7	7	7	7	7	6	5	4	6	3	5	7	4	6	7	6
71	7	5	7	7	7	5	7	7	5	6	7	6	4	5	5	5	4	6	7
72	7	5	5	6	7	5	6	6	5	6	7	7	2	6	6	6	6	7	7
73	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	6	7	7	7	6	7
74	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
75	6	6	7	6	7	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
76	6	6	7	7	5	4	4	5	7	7	7	7	7	5	5	5	5	5	6
77	5	3	3	3	5	5	6	6	5	4	5	3	3	5	5	4	4	5	7
78	7	6	7	6	5	6	7	7	7	6	7	6	4	7	7	5	6	6	7
79	6	6	6	7	6	6	6	7	6	5	6	7	7	6	6	5	6	5	6
80	7	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	7
81	7	7	7	7	6	7	7	7	5	5	7	6	3	6	7	5	7	6	6
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	7	7	4	7	7	5	4	5	7	6	7	7	3	6	6	5	5	4	5
84	6	5	5	7	6	6	5	6	7	7	6	6	4	5	5	5	5	5	5
85	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4
86	7	5	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	5	3	3	7	7
87	7	7	6	4	7	6	7	7	6	5	6	4	5	7	7	6	6	7	7
88	5	6	6	4	7	6	7	7	5	5	7	6	5	5	6	6	7	7	6
89	4	4	3	3	4	4	5	5	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	3
90	7	4	5	7	5	5	5	5	7	4	5	5	4	4	4	5	4	6	6
91	7	6	5	4	6	6	7	7	7	7	7	7	5	6	6	5	6	7	7

92	7	5	5	7	6	5	5	5	4	4	4	6	3	4	4	4	6	6	6
93	7	7	7	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	6	5	6	6	6	6
94	7	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	7	5	5	6	6	6	5
95	7	7	7	7	7	5	4	7	4	4	7	7	7	5	3	4	7	7	7
96	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	7	5	5	5	5	5
97	6	6	5	7	6	6	7	7	4	5	6	5	6	6	5	5	5	6	6
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
99	7	5	5	7	7	5	7	6	6	5	5	5	1	4	4	4	4	4	4
100	7	4	7	6	6	6	6	6	6	5	7	7	7	1	1	2	3	3	6
101	6	6	7	6	6	6	6	7	7	6	7	7	6	3	3	4	3	6	7
102	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	3	2	4	4	5	4	6
103	7	7	5	7	5	5	7	7	7	7	5	7	2	4	4	4	3	7	7
104	7	7	7	7	7	7	6	6	7	6	6	7	7	7	6	6	6	6	6
105	7	7	7	7	6	6	6	6	6	6	7	7	6	6	6	5	6	6	5
106	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
107	7	5	6	6	7	7	7	7	6	6	7	7	4	5	5	4	5	5	7
108	7	5	7	7	6	7	7	7	7	7	7	7	4	5	5	6	6	6	7
109	7	6	6	7	4	4	6	6	7	7	7	7	3	2	2	2	2	6	7
110	7	7	7	7	5	6	7	7	5	5	7	7	2	4	3	4	7	7	7
111	7	7	7	7	6	7	7	7	6	6	7	7	6	5	5	6	6	7	7
112	6	5	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	3	4	4	6	7
113	6	7	4	6	7	6	7	7	6	7	7	7	7	7	7	5	7	7	7
114	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
115	7	7	7	7	5	5	5	5	7	5	6	6	4	3	2	4	5	7	7

116	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2
117	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4	7	7	7	5	4	3	3	4	5
118	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4	6	6	6	6	5	5
119	7	7	7	7	7	7	7	7	7	5	6	5	5	7	6	6	6	6	6
120	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
121	6	6	6	5	6	7	6	6	6	4	5	4	5	5	4	4	5	4	7
122	7	5	5	7	7	7	7	7	5	5	7	7	5	5	5	5	5	5	5
123	7	4	3	7	7	6	4	7	6	5	7	6	4	5	4	4	6	6	6
124	1	1	2	4	6	5	5	6	4	7	4	6	5	6	4	6	5	3	3
125	7	6	6	7	7	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	6	7
126	7	6	6	7	5	7	5	7	7	7	7	7	3	5	5	5	6	6	6
127	7	5	5	7	6	6	7	7	6	4	7	5	2	5	5	4	5	5	6
128	7	5	6	6	7	7	5	6	7	5	6	6	4	2	3	5	3	6	7
129	1	2	1	1	1	1	1	1	7	7	7	3	7	6	7	7	7	7	7

Lampiran III

Hasil Uji Validitas dan Reabilitas (SPSS)

		DMS1	DMS2	DMS3	DMS4	Total DMS
DMS1	Pearson Correlation	1	.565**	.662**	.639**	.888**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
DMS2	Pearson Correlation	.565**	1	.568**	.617**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
DMS3	Pearson Correlation	.662**	.568**	1	.399*	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.029	.000
	N	30	30	30	30	30
DMS4	Pearson Correlation	.639**	.617**	.399*	1	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.029		.000
	N	30	30	30	30	30
Total DMS	Pearson Correlation	.888**	.795**	.841**	.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

		ESC1	ESC2	ESC3	ESC4	Total ESC
ESC1	Pearson Correlation	1	.723**	.545**	.629**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
ESC2	Pearson Correlation	.723**	1	.641**	.650**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
ESC3	Pearson Correlation	.545**	.641**	1	.941**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
ESC4	Pearson Correlation	.629**	.650**	.941**	1	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Total ESC	Pearson Correlation	.815**	.869**	.897**	.919**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

		MPP1	MPP2	MPP3	MPP4	MPP5	Total MPP
MPP1	Pearson Correlation	1	.603**	.448*	.700**	.214	.765**
	Sig. (2-tailed)		.000	.013	.000	.256	.000
	N	30	30	30	30	30	30
MPP2	Pearson Correlation	.603**	1	.468**	.633**	.292	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009	.000	.118	.000
	N	30	30	30	30	30	30
MPP3	Pearson Correlation	.448*	.468**	1	.650**	.012	.579**
	Sig. (2-tailed)	.013	.009		.000	.949	.001
	N	30	30	30	30	30	30
MPP4	Pearson Correlation	.700**	.633**	.650**	1	.127	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.504	.000
	N	30	30	30	30	30	30
MPP5	Pearson Correlation	.214	.292	.012	.127	1	.658**
	Sig. (2-tailed)	.256	.118	.949	.504		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total MPP	Pearson Correlation	.765**	.779**	.579**	.748**	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

		BP1	BP2	BP3	BP4	BP5	BP6	Total BP
BP1	Pearson Correlation	1	.900**	.833**	.847**	.407*	.545**	.906**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.026	.002	.000

	N	30	30	30	30	30	30	30
BP2	Pearson Correlation	.900**	1	.851**	.850**	.495**	.485**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.005	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
BP3	Pearson Correlation	.833**	.851**	1	.854**	.513**	.461*	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.004	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
BP4	Pearson Correlation	.847**	.850**	.854**	1	.422*	.555**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.020	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
BP5	Pearson Correlation	.407*	.495**	.513**	.422*	1	.384*	.671**
	Sig. (2-tailed)	.026	.005	.004	.020		.036	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
BP6	Pearson Correlation	.545**	.485**	.461*	.555**	.384*	1	.666**
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.010	.001	.036		.000

	N	30	30	30	30	30	30	30
Total BP	Pearson Correlation	.906**	.923**	.907**	.902**	.671**	.666**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	5

Reliability Statistics

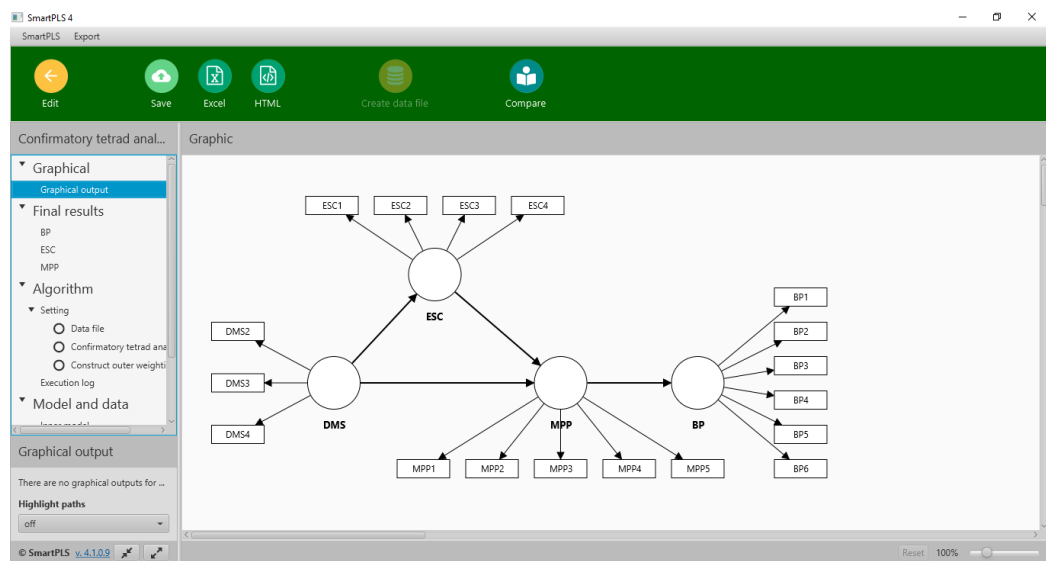
Cronbach's Alpha	N of Items
.896	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	6

Lampiran IV

Hasil Uji SmartPLS 4



SmartPLS 4

SmartPLS Edit

Back Setup Add group Generate groups Clear groups Export to Excel / CSV

data analysis new

Indicators 20
Samples 129
Missing values 0

Indicators
Correlations
Data groups
Raw data

Indicators

Name	Mean	Median	Scale min	Scale max	Observed min	Observed max	Standard deviation	Excess kurtosis	Skewness	Cramér-von Mises
Responden	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
DMS1	6.279	7.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.226	7.190	-2.490	
DMS2	5.752	6.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.181	1.864	-1.132	
DMS3	5.698	6.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.390	1.847	-1.319	
DMS4	6.124	7.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.194	2.914	-1.651	
ESC1	6.016	6.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.134	4.136	-1.579	
ESC2	5.907	6.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.131	3.682	-1.411	
ESC3	6.039	6.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.157	3.848	-1.594	
ESC4	6.202	7.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.109	4.255	-1.821	
MPP1	6.078	6.000	2.000	7.000	2.000	7.000	1.083	1.096	-1.194	
MPP2	5.760	6.000	2.000	7.000	2.000	7.000	1.133	0.133	-0.744	
MPP3	6.202	7.000	2.000	7.000	2.000	7.000	1.037	1.442	-1.343	
MPP4	6.155	6.000	2.000	7.000	2.000	7.000	1.030	2.000	-1.393	
MPP5	5.008	5.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.710	-0.577	-0.540	
BP1	5.372	5.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.306	1.045	-0.867	
BP2	5.186	5.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.385	0.216	-0.640	
BP3	5.101	5.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.275	-0.193	-0.350	
BP4	5.442	6.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.293	0.453	-0.871	
BP5	5.605	6.000	2.000	7.000	2.000	7.000	1.248	-0.047	-0.787	
---	6.000	6.000	1.000	7.000	1.000	7.000	1.045	1.324	1.130	

SmartPLS v.4.1.0.9

Reset 100%

SmartPLS 4

SmartPLS Export

Edit Save Excel HTML Create data file Compare

PLS-SEM algorithm

Construct reliability and validity - Overview

Copy to Excel/Word Copy to R

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
BP	0.876	0.879	0.905	0.616
DMS	0.816	0.817	0.891	0.731
ESC	0.925	0.927	0.947	0.817
MPP	0.833	0.856	0.885	0.613

SmartPLS v.4.1.0.9

Reset 100%

SmartPLS 4

SmartPLS Export

Edit Save Excel HTML Create data file Compare

PLS-SEM algorithm

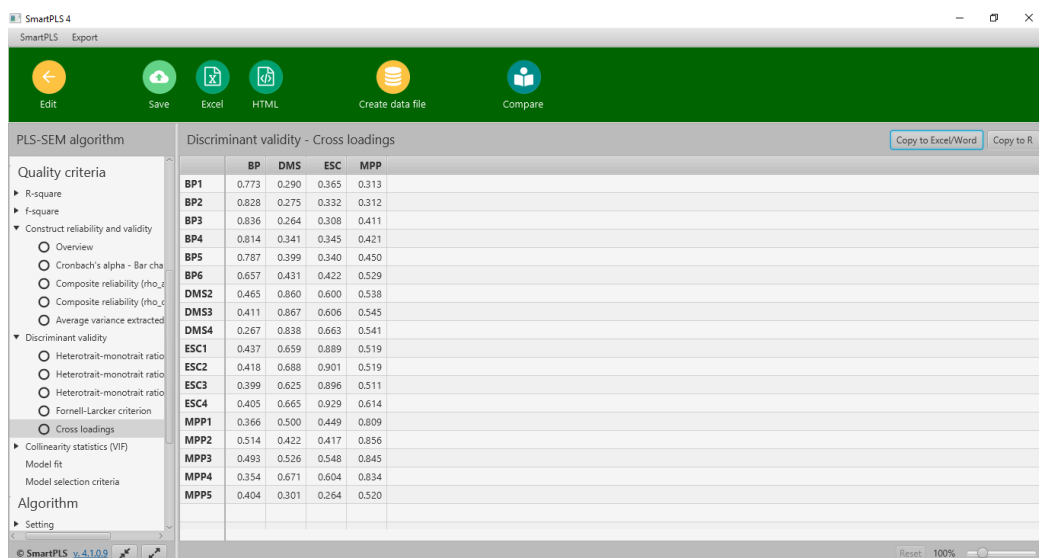
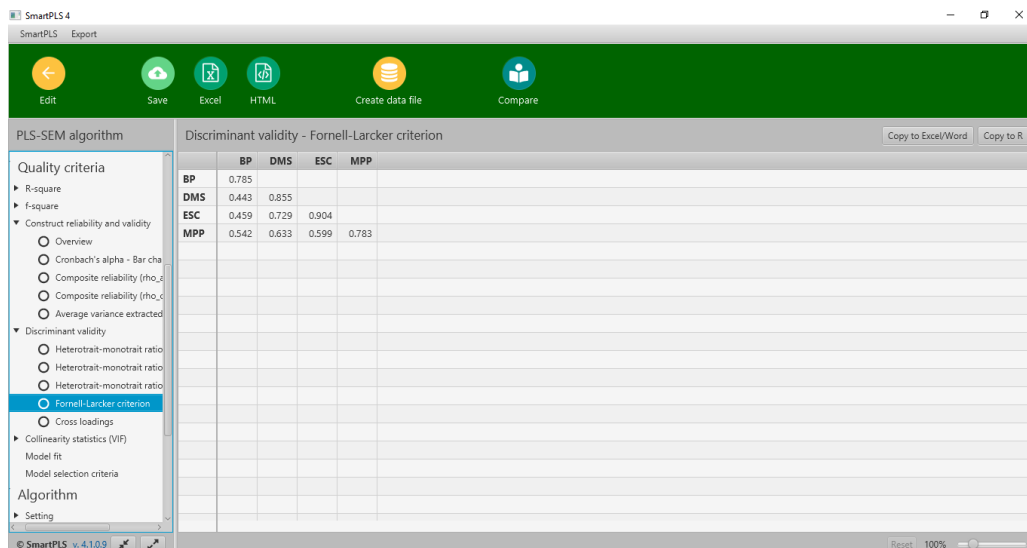
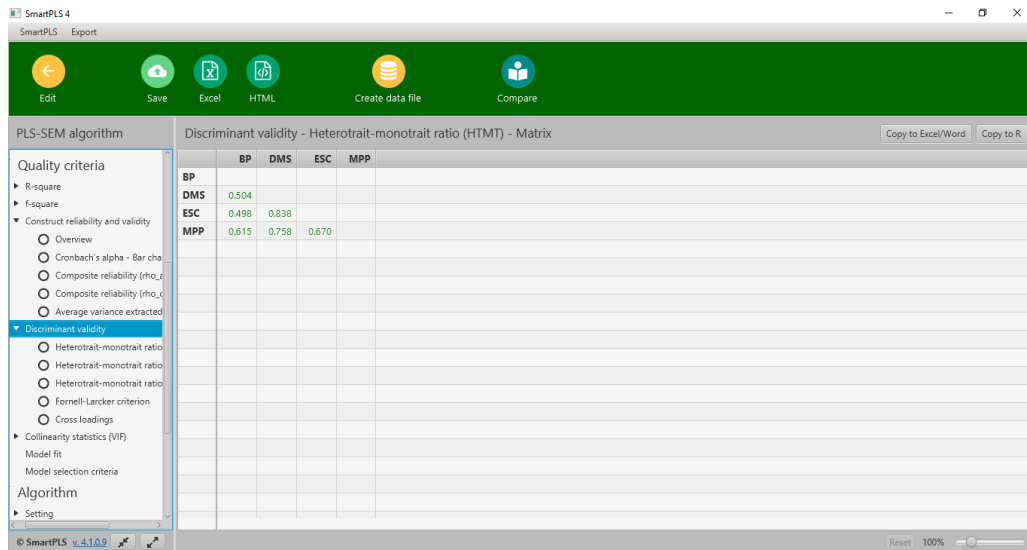
Outer loadings - Matrix

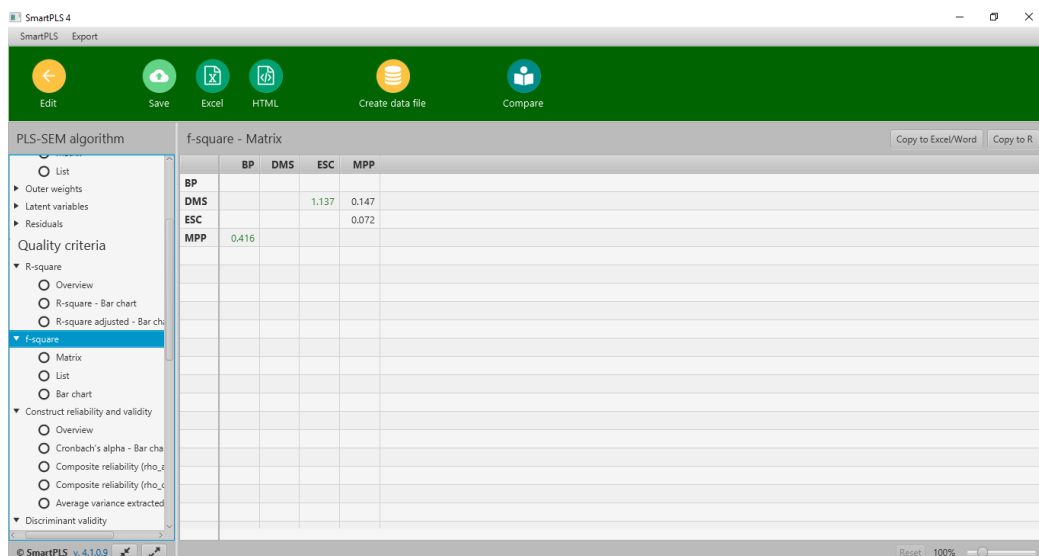
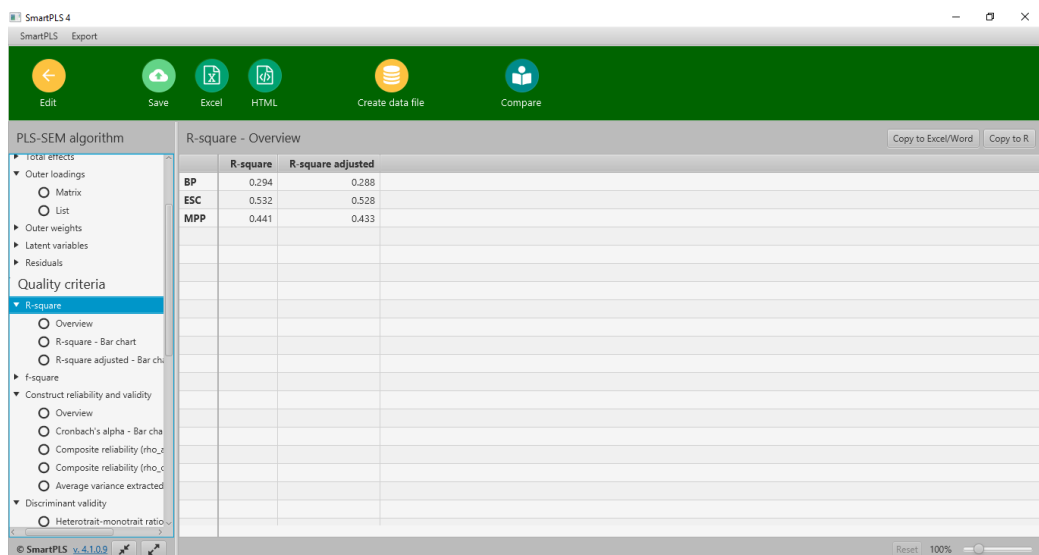
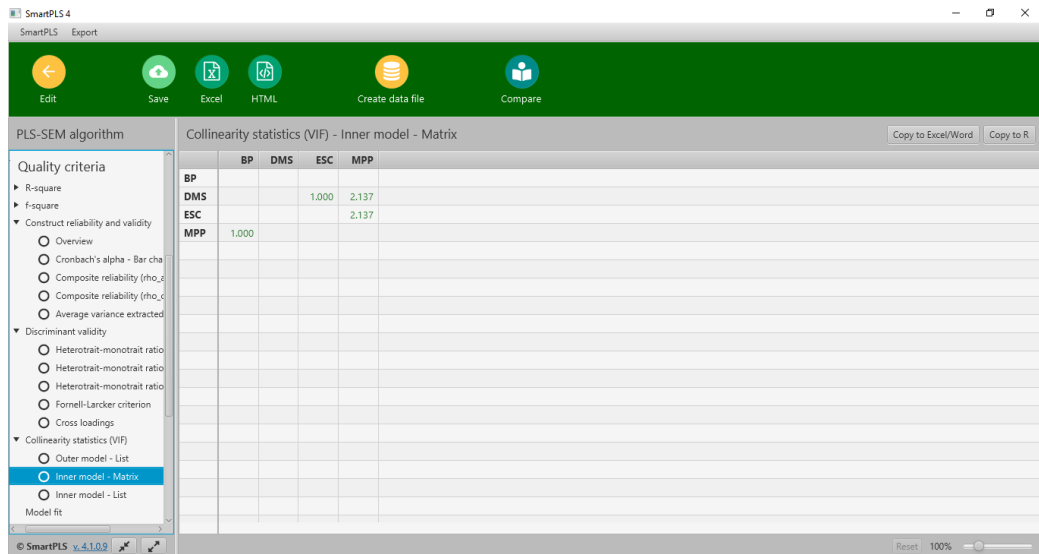
Copy to Excel/Word Copy to R

	BP	DMS	ESC	MPP
BP1	0.773			
BP2	0.828			
BP3	0.836			
BP4	0.814			
BP5	0.787			
BP6	0.657			
DMS2		0.860		
DMS3		0.867		
DMS4		0.838		
ESC1			0.889	
ESC2			0.901	
ESC3			0.896	
ESC4			0.929	
MPP1				0.809
MPP2				0.856
MPP3				0.845
MPP4				0.834
MPP5				0.520

SmartPLS v.4.1.0.9

Reset 100%





SmartPLS 4

SmartPLS Export

Edit Save Excel HTML Create data file Compare

Bootstrapping

Graphical

Graphical output

Final results

Path coefficients

Mean, STDEV, T values, Confidence intervals, Confidence intervals bias

Intercepts

Total indirect effects

Specific indirect effects

Total effects

Outer loadings

Outer weights

Quality criteria

R-square

R-square adjusted

f-square

Average variance extracted (AV)

Composite reliability (rho_c)

Composite reliability (rho_a)

Path coefficients - Confidence intervals

Copy to Excel/Word Copy to R

	Original sample (O)	Sample mean (M)	2.5%	97.5%
DMS -> ESC	0.729	0.725	0.568	0.840
DMS -> MPP	0.419	0.423	0.226	0.602
ESC -> MPP	0.294	0.297	0.032	0.531
MPP -> BP	0.542	0.552	0.389	0.692

SmartPLS v.4.1.0.9

Reset 100%

SmartPLS 4

SmartPLS Export

Edit Save Excel HTML Create data file Compare

Bootstrapping

Graphical

Graphical output

Final results

Path coefficients

Mean, STDEV, T values, Confidence intervals, Confidence intervals bias

Intercepts

Total indirect effects

Specific indirect effects

Total effects

Outer loadings

Outer weights

Quality criteria

R-square

R-square adjusted

f-square

Average variance extracted (AV)

Composite reliability (rho_c)

Composite reliability (rho_a)

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

Copy to Excel/Word Copy to R

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values
DMS -> ESC	0.729	0.725	0.069	10.514	0.000
DMS -> MPP	0.419	0.423	0.094	4.447	0.000
ESC -> MPP	0.294	0.297	0.129	2.285	0.022
MPP -> BP	0.542	0.552	0.078	6.963	0.000

SmartPLS v.4.1.0.9

Reset 100%

SmartPLS 4

SmartPLS Export

Edit Save Excel HTML Create data file Compare

Importance-performance map analysis (IP...)

Graphical output

Final results

Path coefficients

Total effects

Outer weights

Matrix

List

Latent variables

Performance

Quality criteria

Importance-performance map [BP] (constructs)

Importance-performance map

Construct total effects for [BP]

Construct performances for [BP]

Importance-performance map [BP] (indicators)

Importance-performance map

Indicator total effects for [BP]

Indicator performances for [BP]

Algorithm

Setting

Importance-performance map [BP] (indicators) - Indicator performances for [BP]

Copy to Excel/Word Copy to R

MV performance	
DMS2	79.199
DMS3	78.295
DMS4	85.401
ESC1	83.592
ESC2	81.783
ESC3	83.979
ESC4	86.693
MPP1	81.550
MPP2	75.194
MPP3	84.031
MPP4	83.101
MPP5	66.796

SmartPLS v.4.1.0.9

Reset 100%

Lampiran v

Google Docs: Dampak Digital Marketing Terhadap Penetrasi Pasar dan Kinerja Bisnis UMKM Fashion di Indonesia

Kepada Yth
Bapak/Ibu/Saudara Responden
Di Tempat

Saya merupakan mahasiswa yang sedang melakukan penelitian terkait pembuatan skripsi dengan penelitian bertema "Model Strategi Penetrasi Pasar dan Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM Fashion di Indonesia melalui Dampak Digital Marketing". Untuk itu pada kesempatan ini, saya mengharapkan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara kiranya membantu saya dalam mengisi kuisioner ini. Adapun pendapat dan informasi yang diberikan, dapat saya **JAMIN AKAN KERAHASIAANNYA** karena hal ini semata mata untuk kepentingan penelitian.

Berikut merupakan petunjuk pengisian:

1. Pilihlah jawaban sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia
2. Skala pengukuran yang digunakan pada jawaban yang tersedia yaitu:
(Sangat tidak setuju) 1 2 3 4 5 6 7 (Sangat setuju)

Saya sangat menghargai pengorbanan waktu maupun sumbangan pemikiran Bapak/Ibu/Saudara dalam mengisi kuisioner ini. Oleh karena itu, saya sangat mengucapkan banyak terima kasih, semoga bantuan dan amal baik Bapak/Ibu/Saudara

