

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain :

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi responden dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik responden berdasarkan lama usaha berjalan, wilayah kota/kabupaten provinsi lampung dan omset perbulan pada UMKm kuliner di lampung, berikut hasil deskripsi responden masingmasing karakteristik:

Tabel 4. 1Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Berjalan

Lama Usaha	Jumlah	Persentase
<1Tahun	21	17,4%
1-3Tahun	54	44,6%
3-5Tahun	22	18,2%
>5Tahun	24	19,8%

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 121 responden, didominasi oleh lama usaha berjalan responden 1-3 tahun sebanyak 54 atau 44,6%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan Wilayah kota/kabupaten provinsi lampung yang dirangkum pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah**Kota/Kabupaten Provinsi Lampung**

Wilayah Kota/Kabupaten Provinsi Lampung	Jumlah	Persentase
Kabupaten Lampung Barat	4	3,3%
Kabupaten Lampung Selatan	12	9,9%
Kabupaten Lampung Timur	4	3,3%
Kabupaten Lampung Utara	4	3,3%
Kabupaten Mesuji	2	1,7%
Kabupaten Pesawaran	2	1,7%
Kabupaten Pringsewu	3	2,5%
Kabupaten Tanggamus	5	4,1%
Kota Bandar Lampung	67	55,4%
Kota Metro	18	14,9%

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 121 responden, didominasi oleh Wilayah kota/kabupaten provinsi lampung responden Kota Bandar Lampung sebanyak 67 atau 55,4%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan Omset perbulan dirangkum pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Omset perbulan

Omset Perbulan	Jumlah	Persentase
< 1 Juta	10	8,3%
1-5 juta	42	34,7%
5-10 juta	26	21,5%
10-20 juta	14	11,6%
>20 juta	29	24%

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 121 responden, didominasi oleh Omset perbulan responden 1-5 juta sebanyak 42 atau 34,7%.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Tidak		Ya	
		F	%	F	%
1	UMKM sudah menerapkan kata kunci pada judul halaman situs web	85	70,2%	36	29,8%
2	UMKM menggunakan media sosial untuk membagikan konten situs web	79	65,3%	42	34,7%
3	UMKM sudah melakukan riset untuk mencari kata kunci yang tepat	81	66,9%	40	33,1%
4	UMKM sudah menyusun daftar kata kunci	81	66,9%	40	33,1%
5	UMKM membagikan link websitenya untuk di	88	72,7%	33	27,3%

	posting di akun orang lain				
6	Konten UMKM relevan dengan produk dan menarik bagi audiens	5	4,1%	116	95,9%
7	UMKM secara aktif membagikan konten diberbagai platfrom media sosial	21	17,4%	100	82,6%
8	UMKM memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan	5	4,1%	116	95,9%
9	UMKM memiliki komunitas loyal di media sosial	13	10,7%	108	89,3%
10	UMKM menggunakan desain konten yang menarik	2	1,7%	119	98,3%
11	UMKM menyajikan konten berdasarkan fenomena (kejadian terkini)	11	9,1%	110	90,9%
12	Konten UMKM memiliki tata letak dan font yang mudah di baca	2	1,7%	119	98,3%
13	UMKM memiliki jadwal unggahan konten yang konsisten di media sosial	75	62%	46	38%
14	konten UMKM sesuai dengan target konsumen	5	4,1%	116	95,9%
15	Influencer yang digunakan UMKM memiliki daya tarik	65	53,7%	56	46,3%
16	Influencer yang digunakan umkm memiliki ke ahlian di bidang kuliner	67	55,4%	54	44,6%
17	Influencer yang digunakan mampu	65	53,7%	56	46,3%

	mempengaruhi konsumen				
18	Influencer yang digunakan dapat dipercaya	64	52,9%	57	47,1%
19	UMKM mengaktifkan fitur pesan otomatis pada wa business	14	11,6%	107	88,4%
20	UMKM mengaktifkan fitur jika admin sedang sibuk	83	68,6%	38	31,4%
21	UMKM mengatur jadwal promosi di wa business	88	72,7%	33	27,3%
22	UMKM rutin mengirimkan pesan broadcast berupa info diskon, giveaway, atau promosi menarik lainnya	89	73,6%	32	26,4%
23	UMKM menerapkan promosi berbeda untuk setiap konsumen	96	79,3%	25	20,7%
24	UMKM tetap menjalin komunikasi (chatting) dengan konsumen	73	60,3%	48	39,7%
25	UMKM menautkan link wathsapp di media sosial atau website	19	15,7%	102	84,3%
26	UMKM secara berkala menyapa konsumen lama untuk menjaga hubungan	89	73,6%	32	26,4%
27	UMKM menggunakan testimoni konsumen untuk meningkatkan pelayanan atau pemasaran.	8	6,6%	113	93,4%
28	UMKM menampilkan rating untuk	4	3,3%	117	96,7%

	membantu konsumen memahami kualitas produk atau layanan				
29	UMKM membuat aktivitas yang dianggap menyenangkan bagi konsumen	5	4,1%	116	95,9%
30	rating UMKM bisa memengaruhi konsumen untuk membeli	4	3,3%	117	96,7%
31	UMKM menampilkan ulasan dari sumber yang kredibel dan dapat dipercaya.	5	4,1%	116	95,9%
32	UMKM menampilkan ulasan dengan argumen yang jelas dan meyakinkan.	2	1,7%	119	98,3%
33	UMKM menyajikan ulasan dengan nada positif yang menarik perhatian	5	4,1%	116	95,9%
34	UMKM menampilkan kualitas produk pada saat live streaming.	90	74,4%	31	25,6%
35	UMKM menggunakan host live streaming yang memiliki pengetahuan tentang Produk Diskon	94	77,7%	27	22,3%
36	UMKM merasa bahwa menggunakan e- commerce membantu mengurangi biaya operasional.	81	66,9%	40	33,1%
37	UMKM merasa bahwa kehadiran di platform e- commerce meningkatkan reputasi usaha	11	9,1%	110	90,9%
38	UMKM merasa bahwa e-commerce membuka akses ke pasar yang lebih luas.	12	9,9%	109	90,1%

39	UMKM merasa bahwa memasuki bisnis online melalui e-commerce mudah dilakukan.	11	9,1%	110	90,9%
----	--	----	------	-----	-------

Sumber : Data Diolah, 2025

Keterangan

F = Frekuensi/jumlah

& = Nilai persentase

Tabel 4.4 diatas, jawaban responden yang memilih jawaban (Ya) dengan persentase tertinggi terdapat pada pernyataan 10, 13, 32, berjumlah 119 orang responden (98,3%). Sedangkan jawaban (Tidak) dengan persentase tertinggi terdapat pada pernyataan 23, berjumlah 96 orang responden (79,3%).

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang diuji cobakan kepada 30 responden.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Pertanyaan 1	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 2	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 3	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid

Pertanyaan 4	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 5	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 6	0,001	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 7	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 8	0,003	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 9	0,288	0,05	Rhitung > Rtable	Tidak Valid
Pertanyaan 10	0,026	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 11	0,246	0,05	Rhitung > Rtable	Tidak Valid
Pertanyaan 12	0,080	0,05	Rhitung > Rtable	Tidak Valid
Pertanyaan 13	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 14	0,034	0,05	Rhitung > Rtable	Valid

Pertanyaan 15	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 16	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 17	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 18	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 19	0,097	0,05	Rhitung > Rtable	Tidak Valid
Pertanyaan 20	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 21	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 22	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 23	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 24	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 25	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 26	0,000	0,05	Rhitung	Valid

			> Rtable	
Pertanyaan 27	0,057	0,05	Rhitung > Rtable	Tidak Valid
Pertanyaan 28	0,002	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 29	0,001	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 30	0,008	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 31	0,040	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 32	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 33	0,279	0,05	Rhitung > Rtable	Tidak Valid
Pertanyaan 34	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 35	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 36	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid

Pertanyaan 37	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 38	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid
Pertanyaan 39	0,000	0,05	Rhitung > Rtable	Valid

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 4.5 diatas, Berdasarkan hasil uji validitas, keputusan validitas setiap pertanyaan ditentukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig) dengan tingkat signifikansi (Alpha) sebesar 0,05. Jika $Sig < \text{Alpha}$, maka pertanyaan dinyatakan valid, sedangkan jika $Sig \geq \text{Alpha}$, pertanyaan dinyatakan tidak valid. Dari 39 pertanyaan yang diuji, terdapat 31 pertanyaan yang valid dan 8 pertanyaan yang tidak valid, yaitu pertanyaan 9, 11, 12, 19, 27, dan 33. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pertanyaan dalam instrumen penelitian memiliki korelasi yang signifikan dengan total skor dan dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut, sementara pertanyaan yang tidak valid sebaiknya direvisi atau dihapus agar instrumen tetap memiliki keandalan yang tinggi.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka pengujinya kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen menggunakan rumus alpha cronbach dengan bantuan program SPSS. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Kondisi	Simpulan
Implementasi digital marketing	0,932	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 4.6 diatas, menunjukan bahwa nilai cronbach's alpha sebesar 0,932 dalam penelitian analisis faktor - faktor digital marketing pada UMKM diLampung, dengan tingkat reliabilitas sangat tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

Hasil Uji Chocran Untuk mengetahui mana saja faktor-faktor digital marketing pada UMKM diLampung digunakan uji Cochran. Dalam penelitian ini terdapat 39 atribut yang diduga menjadi keputusan pemilik usaha Umkm Di Lampung. Untuk mencari atribut yang akan menjadi penentu dalam keputusan pemilik usaha UMKM Di Lampung data yang diperoleh (terlampir) diolah dengan uji Cochran Q test. Hasil analisisnya antara lain sebagai berikut:

1. Langkah Pertama

Langkah pertama adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-Square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 39-1 = 38$. tabel diperoleh sebesar 53.38354 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 1)

N	121
Cochran's Q	2287.182
df	38
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.7 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 2287.182, karena nilai Q 2287.182 > X² tabel 53.38354 (df = k-1= 39-1=38), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM menerapkan promosi berbeda untuk setiap konsumen (A23)” dengan 24 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

2. Langkah Kedua

Langkah kedua adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel (df = k-1 dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) k-1= 38-1=37. tabel diperoleh sebesar 52.19232 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 2)

N	121
Cochran's Q	2193.458
df	37
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.8 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 2193.458, karena nilai Q 2193.458 > X² tabel 52.19232 (df = k-1 = 38-1=37), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedua terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM menggunakan host live streaming yang memiliki pengetahuan tentang Produk Diskon (A35)” dengan 26 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

3. Langkah Ketiga

Langkah ketiga adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel (df = k-1 dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) k-1 = 37-1=36. tabel diperoleh sebesar 50.99846 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 3)

N	121
Cochran's Q	2102.875
Df	36
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.9 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 2102.875, karena nilai Q $2102.875 > \chi^2$ tabel 50.99846 ($df = k-1 = 37-1 = 36$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ketiga terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM menampilkan kualitas produk pada saat live streaming (A34)” dengan 30 jawaban. Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q test lebih kecil dari Chi-square tabel.

4 Langkah Keempat

Langkah keempat adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 36-1 = 35$). tabel diperoleh sebesar 49.80185 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 4)

N	121
Cochran's Q	2020.010
Df	35
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.10 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 2020.010, karena nilai Q 2020.010 > X₂ tabel 49.80185 (df = k-1= 36-1=35), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah keempat terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM secara berkala menyapa konsumen lama untuk menjaga hubungan (A26)” dengan 31 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

5. Langkah Kelima

Langkah kelima adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel (df = k-1 dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) k-1= 35-1=34). tabel diperoleh sebesar 48.60237 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 5)

N	121
Cochran's Q	1938.496
Df	34
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.11 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 1938.496, karena nilai Q $1938.496 > \chi^2$ tabel 48.60237 ($df = k-1 = 35-1=34$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kelima terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM rutin mengirimkan pesan broadcast berupa info diskon, giveaway, atau promosi menarik lainnya (A22)” dengan 31 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

6. Langkah Keenam

Langkah keenam adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 34-1=33$). tabel diperoleh sebesar 47.39988 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 6)

N	121
Cochran's Q	1850.024
Df	33
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.12 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 1850.024, karena nilai Q $1850.024 > X^2$ tabel 47.39988 ($df = k-1 = 34-1=33$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah keenam terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM mengatur jadwal promosi di wa business (A21)” dengan 32 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

7. Langkah Ketujuh

Langkah ketujuh adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 33-1=32$). tabel diperoleh sebesar 46.19426 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 7)

N	121
Cochran's Q	1761.332
df	32
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.13 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 1761.332, karena nilai Q 1761.332 > X₂ tabel 46.19426 (df = k-1= 33-1=32), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ketujuh terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM membagikan link websitenya untuk di posting di akun orang lain (A05)” dengan 32 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

8. Langkah Kedelapan

Langkah kedelapan adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel (df = k-1 dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) k-1= 32-1=31). tabel diperoleh sebesar 44.98534 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 14 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 8)

N	121
Cochran's Q	1665.669
df	31
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.14 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 1665.669, karena nilai Q $1665.669 > X^2$ tabel 44.98534 ($df = k-1 = 32-1 = 31$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedelapan terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM sudah menerapkan kata kunci pada judul halaman situs web (A01)” dengan 35 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

9. Langkah Kesembilan

Langkah kesembilan adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 31-1 = 30$). tabel diperoleh sebesar 43.77297 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 15 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 9)

N	121
Cochran's Q	1578.245
df	30
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.15 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 1578.245, karena nilai Q $1578.245 > X^2$ tabel 43.77297 ($df = k-1 = 31-1 = 30$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis **chocran q test**. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kesembilan terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu "UMKM mengaktifkan fitur jika admin sedang sibuk (A20)" dengan 37 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

10. Langkah Kesepuluh

Langkah kesepuluh adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 30-1 = 29$). tabel diperoleh sebesar 42.55697 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 16 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 10)

N	121
Cochran's Q	1506.779
df	29
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.16 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 1506.779, karena nilai Q $1506.779 > X^2$ tabel 42.55697 ($df = k-1 = 30-1 = 29$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kesepuluh terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM merasa bahwa menggunakan e-commerce membantu mengurangi biaya operasional (A36) dengan 39 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi- square tabel.

11. Langkah Kesebelas

Langkah kesebelas adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 29-1 = 28$). tabel diperoleh sebesar 41.33714 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4. 17 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 11)

N	121
Cochran's Q	1423.186
Df	28
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.17 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 1423.186, karena nilai Q 1423.186 > X₂ tabel 41.33714 (df = k-1 = 29-1=28), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kesebelas terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM sudah melakukan riset untuk mencari kata kunci yang tepat (A03)” dengan 39 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

12. Langkah Kedua belas

Langkah kedua belas adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel (df = k-1 dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) k-1= 28-1=27). tabel diperoleh sebesar 40.11327 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 18 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 12)

N	121
Cochran's Q	1326.758
df	27
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.18 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 1326.758, karena nilai Q 1326.758 > X₂ tabel 40.11327 (df = k-1 = 28-1=27), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedua belas terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu indikator dari faktor whatsapp business “UMKM sudah menyusun daftar kata kunci (A04)” dengan 39 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

13. Langkah Ketiga belas

Langkah ketiga belas adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel (df = k-1 dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) k-1 = 27-1=26). tabel diperoleh sebesar 38.88514 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 19 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 13)

N	121
Cochran's Q	1220.648
df	26
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.19 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 1220.648, karena nilai Q 1220.648 > X₂ tabel 38.88514 (df = k-1 = 27-1=26), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ketiga belas terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM menggunakan media sosial untuk membagikan konten situs web (A02)” dengan 41 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

14. Langkah Keempat belas

Langkah keempat belas adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel (df = k-1 dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) k-1= 26-1=25). tabel diperoleh sebesar 37.65248 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 20 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 14)

N	121
Cocran's Q	1109.189
df	25
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.20 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 1109.189, karena nilai $Q = 1109.189 > \chi^2$ tabel 37.65248 ($df = k-1 = 26-1=25$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah keempat belas terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM memiliki jadwal unggahan konten yang konsisten di media sosial (A13)” dengan 41 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

15. Langkah Kelima belas

Langkah kelima belas adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 25-1=24$). tabel diperoleh sebesar 36.41503 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 21 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 15)

N	121
Cochran's Q	1005.778
df	24
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.21 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 1005.778, karena nilai Q 1005.778 > X₂ tabel 36.41503 (df = k-1= 25-1=24), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kelima belas terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM tetap menjalin komunikasi (chatting) dengan konsumen (A24)” dengan 47 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

16. Langkah Keenam belas

Langkah keenam belas adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel (df = k-1 dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) k-1= 24-1=23). tabel diperoleh sebesar 35.17246 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 22 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 16)

N	121
Cochran's Q	897.949
Df	23
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.22 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 897.949, karena nilai Q 897.949 > X₂ tabel 35.17246 (df = k-1= 24-1=23), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan *analisis chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah keenam belas terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “Influencer yang digunakan umkm memiliki ke ahlian di bidang kuliner (A16)” dengan 53 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

17. Langkah Ketujuh belas

Langkah ketujuh belas adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel (df = k-1 dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) k-1= 23-1=22). tabel diperoleh sebesar 33.92444 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 23 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 17)

N	121
Cochran's Q	777.924
Df	22
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.23 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 777.924, karena nilai $Q = 777.924 > \chi^2$ tabel 33.92444 ($df = k-1 = 23-1 = 22$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ketujuh belas terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “Influencer yang digunakan UMKM memiliki daya tarik (A15)” dengan 55 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

18. Langkah Kedelapan belas

Langkah ketujuh belas adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 22-1 = 21$). tabel diperoleh sebesar 32.67057 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 24 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 18)

N	121
Cochran's Q	641.703
df	21
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.24 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 641.703, karena nilai Q $641.703 > \chi^2$ tabel 32.67057 ($df = k-1 = 22-1 = 21$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedelapan belas terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “Influencer yang digunakan mampu mempengaruhi konsumen (A17)” dengan 55 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

19. Langkah Kesembilan belas

Langkah kesembilan belas adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 21-1 = 20$). tabel diperoleh sebesar 31.41043 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 25 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 19)

N	121
Cochran's Q	442.464
df	20
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.25 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 442.464, karena nilai $Q = 442.464 > \chi^2$ tabel 31.41043 ($df = k-1 = 21-1 = 20$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kesembilan belas terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu indikator dari faktor whatsapp business “Influencer yang digunakan dapat dipercaya (A18)” dengan 56 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

20. Langkah Kedua puluh

Langkah kedua puluh adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 20-1 = 19$). tabel diperoleh sebesar 30.14353 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 26 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 20)

N	121
Cochran's Q	100.241
df	19
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.26 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 100.241, karena nilai Q $100.241 > X^2$ tabel 30.14353 ($df = k-1 = 20-1=19$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedua puluh terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM secara aktif membagikan konten diberbagai platfrom media sosial (A07)” dengan 100 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

21. Langkah Kedua puluh satu

Langkah kedua puluh satu adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 19-1=18$). tabel diperoleh sebesar 28.86930 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 27 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 21)

N	121
Cochran's Q	77.087
df	18
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.27 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 77.087, karena nilai Q $77.087 > X^2$ tabel 28.86930 ($df = k-1 = 19-1 = 18$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedua puluh satu terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM menautkan link whatsapp di media sosial atau website (A25)” dengan 102 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

22. Langkah Kedua puluh dua

Langkah kedua puluh dua adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 18-1 = 17$). tabel diperoleh sebesar 27.58711 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 28 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 22)

N	121
Cochran's Q	56.259
df	17
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.28 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 56.259, karena nilai $Q = 56.259 > \chi^2$ tabel 27.58711 ($df = k-1 = 18-1 = 17$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedua puluh dua terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM mengaktifkan fitur pesan otomatis pada wa business (A19)” dengan 107 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

23. Langkah Kedua puluh tiga

Langkah kedua puluh tiga adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 17-1 = 16$). tabel diperoleh sebesar 26.29623 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 29 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 23)

N	121
Cochran's Q	49.875
df	16
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.29 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 49.875, karena nilai Q $49.875 > \chi^2$ tabel 26.29623 ($df = k-1 = 17-1=16$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedua puluh tiga terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM memiliki komunitas loyal di media sosial (A09)” dengan 108 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

24. Langkah Kedua puluh empat

Langkah kedua puluh empat adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi- square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 16-1=15$). tabel diperoleh sebesar 24.99579 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 30 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 24)

N	121
Cochran's Q	43.824
Df	15
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.30 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 43.824, karena nilai $Q = 43.824 > \chi^2$ tabel 24.99579 ($df = k-1 = 16-1 = 15$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedua puluh empat terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM merasa bahwa e-commerce membuka akses ke pasar yang lebih luas. (A38)” dengan 109 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

25. Langkah Kedua puluh lima

Langkah kedua puluh lima adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 15-1 = 14$). tabel diperoleh sebesar 23.68479 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 31Hasil Test Uji Cochran (Tahap 25)

N	121
Cochran's Q	36.393
Df	14
Asymp. Sig.	.000

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.31 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 36.393, karena nilai Q $36.393 > \chi^2$ tabel 23.68479 ($df = k-1 = 15-1 = 14$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah keduapuluhlima terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM menyajikan konten berdasarkan fenomena (kejadian terkini) (A11)” dengan 110 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

26. Langkah Kedua puluh enam

Langkah kedua puluh enam adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 14-1 = 13$). tabel diperoleh sebesar 22.36203 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 32 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 26)

N	121
Cochran's Q	31.249
Df	13
Asymp. Sig.	.003

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.32 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 31.249, karena nilai $Q = 31.249 > \chi^2$ tabel 22.36203 ($df = k-1 = 14-1 = 13$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedua puluh enam terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu “UMKM merasa bahwa kehadiran di platform e-commerce meningkatkan reputasi usaha (A37)” dengan 110 jawaban Ya, selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

27. Langkah Kedua puluh tujuh

Langkah kedua puluh tujuh adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 13-1 = 12$). tabel diperoleh sebesar 21.02607 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 33 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 27)

N	121
Cochran's Q	23.084
Df	12
Asymp. Sig.	.027

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.10 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 23.084, karena nilai Q $23.084 > X^2$ tabel 21.02607 ($df = k-1 = 13-1 = 12$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,027 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Maka proses analisis chocran q test dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis chocran q test. Berdasarkan tabel frekuensi langkah kedua puluh tujuh terdapat 1 atribut yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “UMKM merasa bahwa memasuki bisnis online melalui e-commerce mudah dilakukan (A39)” dengan 110 jawaban Ya selanjutnya atribut tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (Asymtotic Significante) lebih dari 0,05 atau nilai Cochran Q lebih kecil dari Chi-square tabel.

28. Langkah Kedua puluh delapan

Langkah kedua puluh delapan adalah pengujian 39 atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi- square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 12-1 = 11$). tabel diperoleh sebesar 19.67514 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 34 Hasil Test Uji Cochran (Tahap 28)

N	121
Cochran's Q	11.912
Df	11
Asymp. Sig.	.370

Sumber : Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.34 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 11.912, karena nilai Q $11.912 < X^2$ tabel 19.67514 ($df = k-1 = 12-1 = 11$ dan $\alpha = 0,05$) dan hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig 0,0370 > 0,05 yang berarti kemungkinan jawaban ya (1) sama untuk seluruh atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung maka proses uji Cochran dihentikan. Dengan menggunakan rumus analisis data Cochran Q Test melalui program SPSS. Analisis faktor-faktor yang paling dominan dan saling berhubungan dalam membentuk suatu pengambilan keputusan pemilik usaha UMKM Di Lampung, dilihat dari 39 atribut, Dalam hal ini, diperoleh faktor-faktor yang dominan dan saling berhubungan sebagai atribut yang digunakan pemilik usaha pada UMKM Di Lampung, sebagai berikut :

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H_0 = Semua atribut yang diuji mempunyai proporsi jawaban YA yang sama H_a = Semua atribut yang diuji mempunyai proporsi jawaban YA yang berbeda Kriteria pengujian :

Jika $Q_{hitung} >$ dari X^2 tabel/Sig $< \alpha$ (0,05), maka H_0 : ditolak

Jika $Q_{hitung} <$ dari X^2 tabel/Sig $> \alpha$ (0,05), maka H_0 : diterima

Menentukan kesimpulan dan hasil uji hipotesis

Tabel 4. 35 Tahap Uji Cochran Q Test

Tahapan Penelitian	Q Hitung	X₂ Tabel	Uji Hipotesis	Jawaban (YA) Terendah
1	2287.182	53.38354	ditolak	A23
2	2193.458	52.19232	ditolak	A35
3	2120.875	50.99846	ditolak	A34
4	2020.010	49.80185	ditolak	A26
5	1938.496	48.60237	ditolak	A22
6	1850.024	47.39988	ditolak	A21
7	1761.332	46.19426	ditolak	A05
8	1665.669	44.98534	ditolak	A01
9	1578.245	43.77297	ditolak	A36
10	1506.779	42.55697	ditolak	A20
11	1423.186	41.33714	ditolak	A03
12	1326.758	40.11327	ditolak	A04
13	1220.648	38.88514	ditolak	A02
14	1109.189	37.65248	ditolak	A13
15	1005.778	36.41503	ditolak	A24
16	897.949	35.17246	ditolak	A16
17	777.924	33.92444	ditolak	A15
18	641.703	32.67057	ditolak	A17
19	442.464	31.41043	ditolak	A18
20	100.241	30.14353	ditolak	A07
21	77.087	28.86930	ditolak	A25
22	56.259	27.58711	ditolak	A19
23	49.875	26.29623	ditolak	A09
24	43.824	24.99579	ditolak	A38
25	36.393	23.68479	ditolak	A11
26	31.249	22.36203	ditolak	A37
27	23.084	21.02607	ditolak	A39
28	11.912	19.67514	diterima	Semua jawaban memiliki

				jawaban ya sama (terdapat 13 faktor)
--	--	--	--	---

Sumber : Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.35 di atas, hasil Uji *Cochran Q Test* menunjukkan bahwa terdapat satu faktor utama yang paling konsisten dalam implementasi digital marketing pada UMKM di Lampung, yaitu A39. Sebelumnya, terdapat 27 tahap pengujian di mana hipotesis ditolak, yang berarti bahwa sebagian besar faktor dalam penelitian ini memiliki perbedaan signifikan dalam penerapannya oleh UMKM kuliner di Lampung. Atribut-atribut seperti A23, A35, A34, A26, A22, A21, A05, A01, A36, A20, dan A39 adalah beberapa yang memiliki jawaban terendah pada setiap tahap eliminasi.

Apabila kita menganalisis kembali atribut yang tersisa di peringkat akhir, dapat disimpulkan bahwa atribut A39 memiliki konsistensi tertinggi dalam implementasi digital marketing. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM di Lampung cenderung lebih seragam dalam mengadopsi faktor ini dibandingkan dengan faktor lainnya. Namun, 27 faktor sebelumnya yang telah dieliminasi belum menjadi faktor utama dalam keberhasilan digital marketing pada UMKM kuliner di Lampung.

Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa UMKM kuliner di Lampung masih mengalami variasi dalam penerapan digital marketing, dan beberapa faktor yang telah dieliminasi mungkin belum dirasakan manfaatnya secara optimal oleh para pelaku usaha. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi digital marketing masih perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi spesifik UMKM di Lampung agar dapat diimplementasikan secara lebih efektif.

Tabel 4. 36 Daftar Rangking Keputusan Pemilik Usaha UMKM Di Lampung

Peringkat	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilik Usaha UMKM di Lampung	Jawaban	
		Tidak	Ya
1	Konten UMKM relevan dengan produk dan menarik bagi audiens (06)	5	116
2	UMKM memanfaatkan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan (08)	5	116
3	UMKM menggunakan desain konten yang menarik (10)	2	119
4	Konten UMKM memiliki tata letak dan font yang mudah di baca (12)	2	119
5	konten UMKM sesuai dengan target konsumen (14)	5	116
6	UMKM menggunakan testimoni konsumen untuk meningkatkan pelayanan atau pemasaran (27)	8	113
7	UMKM menampilkan rating untuk membantu konsumen memahami kualitas produk atau layanan (28)	4	117
8	UMKM membuat aktivitas yang dianggap menyenangkan bagi konsumen (29)	5	116
9	rating UMKM bisa memengaruhi konsumen untuk membeli (30)	4	117
10	UMKM menampilkan ulasan dari sumber yang kredibel dan dapat dipercaya (31)	5	116
11	UMKM menampilkan ulasan dengan argumen yang jelas dan meyakinkan(32)	2	119
12	UMKM menyajikan ulasan dengan nada positif yang menarik perhatian(33)	5	116

13	UMKM merasa bahwa memasuki bisnis online melalui e-commerce mudah dilakukan (39)	11	110
----	--	----	-----

Sumber : Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.36 di atas, telah didapatkan bahwa terdapat 13 atribut utama yang memengaruhi keputusan pemilik usaha UMKM di Lampung dalam mengimplementasikan digital marketing. Atribut-atribut tersebut meliputi konten UMKM relevan dengan produk dan menarik bagi audiens (06), pemanfaatan media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan (08), penggunaan desain konten yang menarik (10), tata letak dan font yang mudah dibaca (12), serta kesesuaian konten dengan target konsumen (14). Selain itu, atribut lainnya seperti penampilan rating untuk membantu konsumen memahami kualitas produk atau layanan (28), aktivitas yang menyenangkan bagi konsumen (29), serta ulasan dari sumber yang kredibel (31) juga menjadi aspek yang diperhatikan.

Tiga atribut yang paling dominan dalam keputusan pemilik UMKM untuk menerapkan digital marketing adalah UMKM menggunakan desain konten yang menarik (10), konten memiliki tata letak dan font yang mudah dibaca (12), serta UMKM menampilkan ulasan dengan argumen yang jelas dan meyakinkan (32). Hal ini menunjukkan bahwa tampilan visual dan kredibilitas informasi memiliki peran besar dalam strategi digital marketing UMKM di Lampung.

Apabila kita menganalisis kembali atribut yang ada di peringkat awal, dapat disimpulkan bahwa pemilik UMKM lebih cenderung mempertimbangkan aspek desain dan tampilan konten digital dalam menarik pelanggan. Meskipun 13 atribut ini berkontribusi dalam keputusan digital marketing, faktor penggunaan testimoni konsumen untuk meningkatkan pelayanan atau pemasaran (27) dan UMKM merasa bahwa memasuki bisnis online melalui e-commerce mudah dilakukan (39) masih belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh beberapa UMKM. Dapat diinterpretasikan bahwa atribut-atribut ini menjadi

kunci utama dalam keberhasilan digital marketing, tetapi masih ada aspek yang perlu dioptimalkan agar strategi pemasaran digital lebih efektif bagi UMKM di Lampung.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis, dapat diketahui bahwa faktor SEO, SEM, *influencer*, dan *live streaming*, belum menjadi bagian dari strategi *digital marketing* yang diterapkan oleh UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman UMKM terhadap faktor-faktor tersebut masih tergolong rendah. Tidak ada satu pun atribut dari aspek-aspek tersebut yang ditemukan dalam aktivitas digital marketing yang dijalankan. Minimnya pemanfaatan faktor-faktor ini berpotensi menghambat efektivitas pemasaran digital UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi dan pendampingan agar UMKM dapat lebih memahami serta mengoptimalkan penggunaan strategi digital marketing secara lebih efektif.

Namun, meskipun beberapa faktor digital marketing seperti SEO, SEM, *influencer*, dan *live streaming*, belum digunakan sama sekali, terdapat beberapa aspek digital marketing lain yang telah diterapkan oleh UMKM, meskipun masih dalam cakupan yang terbatas. Dalam aktivitas digital marketing yang dilakukan oleh UMKM, penerapan berbagai faktor *digital marketing* dapat dianalisis berdasarkan atribut yang digunakan. Pada faktor Social Media Marketing, terdapat dua atribut yang digunakan, yaitu atribut 06 (konten yang relevan dengan produk) dan 08 (media sosial untuk berinteraksi). Hal ini menunjukkan bahwa UMKM telah memanfaatkan sebagian elemen dari strategi pemasaran melalui media sosial, meskipun belum secara optimal. Sementara itu, pada faktor *Content Marketing*, terdapat tiga atribut yang digunakan, yaitu atribut 10 (konten yang menarik), 12 (konten UMKM mudah dibaca), dan 14 (konten UMKM relevan). Ini menandakan

bahwa UMKM telah mulai menerapkan strategi pemasaran berbasis konten, meskipun masih terbatas pada beberapa aspek tertentu. Untuk faktor *Rating dan Review Online*, seluruh atribut yang termasuk dalam kategori ini telah digunakan, yaitu atribut 28 (UMKM tampilkan rating untuk kualitas produk), 29 (UMKM adakan aktivitas menyenangkan), 30 (rating UMKM pengaruh pembelian), 31 (UMKM tampilkan ulasan kredibel), 32 (UMKM tampilkan ulasan meyakinkan), dan 33 (UMKM sajikan ulasan positif dan menarik). Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM telah menyadari pentingnya ulasan dan penilaian pelanggan dalam mendukung kredibilitas serta kepercayaan konsumen terhadap bisnis mereka. Sementara itu, pada faktor *WhatsApp Business*, hanya terdapat satu atribut yang digunakan, yaitu atribut 27 (UMKM gunakan testimoni untuk tingkatkan pelayanan/pemasaran). Ini menunjukkan bahwa pemanfaatan WhatsApp Business masih terbatas dan belum dioptimalkan sepenuhnya sebagai sarana komunikasi dan pemasaran digital. Sementara itu, pada faktor *E-commerce*, hanya terdapat satu atribut yang digunakan, yaitu atribut 39 (UMKM merasa bahwa memasuki bisnis online melalui e-commerce mudah dilakukan). Ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *E-commerce* masih terbatas dan belum dioptimalkan sepenuhnya sebagai sarana komunikasi dan pemasaran digital.

Dampak dari implementasi *digital marketing* yang terbatas ini terlihat dalam efektivitas pemasaran UMKM. Meskipun penggunaan media sosial dan *review* pelanggan telah membantu meningkatkan interaksi dan kepercayaan konsumen, minimnya pemanfaatan strategi yang lebih kompleks seperti SEO, SEM, dan *influencer marketing* membuat daya saing UMKM belum optimal. Rendahnya pemahaman terhadap teknik *digital marketing* yang lebih strategis mengakibatkan UMKM kesulitan menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, selain meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemasaran digital, diperlukan pendampingan yang lebih intensif agar UMKM tidak hanya sekadar

memanfaatkan platform digital, tetapi juga dapat mengoptimalkan penggunaannya secara lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan pemahaman dan penerapan strategi digital marketing yang lebih komprehensif, UMKM diharapkan dapat lebih kompetitif dalam pasar digital dan mampu meningkatkan pertumbuhan bisnis mereka secara signifikan.