

## DAFTAR PUSTAKA

- Analisis Regresi Sederhana. (2022). Retrieved 1 November 2022, from <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>
- Anugrah, R. J. (2020). Efektifitas Penerapan Strategi Online Marketing Oleh UMKM Dalam Masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Corona Viruses Disease 2019 (Covid19). *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 55–65. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.302>
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2003). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective*. New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Brunn, Jensen & Skovgaard. (2002). E-Marketplaces: Crafting A Winning Strategy. *European Management Journal*, 20 (3)., hlm. 286-298.
- Dac-Nhuong Le dkk (eds.). 2019. *Cyber Security in Parallel and Distributed Computing*. Scrivener Publishing LLC:Vietnam. Hal. 245–262.
- Deni A & Arie A. (2017). E-Commerce berbasis Marketplace Dalam Upaya Mempersingkat Distribusi Penjualan Hasil Pertanian. *resti*, I, 131-136.
- Deddy P, A. D. (2018). Pengaruh kemampuan e-commerce dan promosi di media sosial terhadap kinerja pemasaran. *ekonomi dan bisnis*, III No.1, 15-20.
- Dinda S. P. & Reni N. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi (studi deskriptif pada happy go lucky house). *common*, III, 71-80.
- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). Membangun Pemasaran Online Dan Digital Branding Ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global: Kajian Bisnis Dan Manajemen*, 5(2), 213–222. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/EG/article/view/1042>
- Firmansyah, D., & Husna, R. (2021). PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (Studi Kasus Usaha Keripik di Kabupaten Bireuen). *VARIASI : Majalah Ilmiah Universitas Almuslim*, 13(3), 135–141. <https://doi.org/10.51179/vrs.v13i3.857>

- Indonesia, I. A. (2011). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan Aset Tetap*. 16(revisi).
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, G. (2019). Analisis Kinerja Pemasaran Produk PT. Artois Pharma. *Jurna Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 46–52.
- kusumah, e. p. (2019). respon konsumen tentang kualitas pelayanan penerimaan teknologi "tracking system" dan harga pada industri jasa pengiriman. *jurnal ilmiah bisnis dan ekonomi asia*, 111-118.
- Made, N., Maharani Putri, D., & Jember, I. M. (2016). Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan* • Agustus 2016, Vol. 9 No. 2(2), 142–150.
- MEMAHAMI UJI NORMALITAS DALAM MODEL REGRESI. (2022). Retrieved 1 November 2022, from <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/06/memahami-uji-normalitas-dalam-model-regresi/>
- Morgan, N. A. (2012). Marketing and Business Performance. *Academic of Marketing Science*, 40, 102–119. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0279-9>
- Nasri, A. F. D. (2020). Pengaruh Penerapan E-Commerce Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. 24. [http://repository.iainbengkulu.ac.id/4704/1/SKRIPSI al- fadlilah pdf .pdf](http://repository.iainbengkulu.ac.id/4704/1/SKRIPSI%20al-fadlilah%20pdf.pdf)
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Negara, D. (2022). Penggunaan Media Sosial dapat Menurunkan Kinerja Pegawai? Benar atau Salah?. Retrieved 8 November 2022, from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pematangsiantar/baca-artikel/>
- Nizam, M., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN INOVASI PRODUK DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP PEMASARAN UMKM. *Jurnal EMA*, 5(2).
- Novita, N. A., Oktianingrum, S., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Digitalisasi

Pemasaran (Pemasaran Online) Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Pada Perspektif Ekonomi Syariah Di Kota Bandar Lampung. *Al-Dzahab*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.32939/dhb.v3i1.1037>

Nugroho, A. S. (2016). *e-commerce teori dan implementasi*. Yogyakarta: Ekuilibria.

Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. (Sukarno, Ed.) Semarang: Sukarno Pressindo.

Rahmawati, S., & Setyowati, N. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pangan Olahan di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(2), 325-335.

Salsabila Putri Ramadhanti, A. D. (2022). Determinant of e-wallet adoption: perceived ease of use, trust, and perceived usefulness. Universitas Negeri Jakarta, 1-13.

Sandu Siyoto, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Sanjaya, Ridwan dan Tarigan, Josua. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: Alex Media Komputindo.

Sarjita. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Sentra Industri Kecil Pembuatan Bakpia Di Kabupaten Bantul. *JBMA*, 4(2), 27–37. Retrieved from <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/64>

Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.

Syahnia, E. F. (2019). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi pengguna E-wallet sebagai alat transaksi terhadap mahasiswa di Yogyakarta (studi kasus: Mahasiswa pengguna layanan E-wallet ovo di Yogyakarta). I, 1-32.

Tracy L dan Michael R Solomon. 2015. *Social Media Marketing*. SAGE Publishing inc.

UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022). Retrieved 1 November 2022, from <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>

William J. Stanton, Dasar-dasar Pemasaran, Edisi ke tujuh, Jakarta: Erlangga jilid ke1

Yunita Putri Ekawati, M. A. (2021). Analisis penggunaan media sosial dan marketplace terhadap peningkatan volume penjualan di UMKM Kab. malang di masa pandemi covid-19 (Tinjauan Anomalki Teknologi. seminar nasional sistem informasi, I.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Biodata Mahasiswa

#### Identitas Diri

Nama : M. Yusuf  
Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 29 November 2000  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Alamat : Btn ana gowa, perum dosen unm Ag1 no.27  
No Telepon : 085340070668  
E-Mail : myusufsr.02@gmail.com



#### Riwayat Pendidikan

SD : SD Inpres Ana Gowa (2007-2013)  
SMP : SMP Negeri 1 Pallangga (2014-2016)  
SMA : SMA Negeri 1 Gowa (2017-2019)

#### Pengalaman Organisasi

1. UKM Panahan Unhas
2. Volunteer pelatihan budidaya manggot
3. Volunteer pelatihan sustainability company profile UMKM berbasis GRI STANDARD

#### PRESTASI

1. Pendanaan PKM tahun 2020
2. Pendanaan PKM tahun 2022

#### PENGALAMAN KERJA

1. Cook Tahu Walik Pak Haji
2. Driver Grab

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, Maret 2023

M. Yusuf

## Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

01

**KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH MEDIA SOSIAL, MARKETPLACE, E-WALLET DAN JASA PENGIRIMAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM DI KELURAHAN SUNGGUMINASA**Jenis Usaha: ~~THRIFTING~~ THRIFT (PAKAIAN)

Keterangan cara pengisian:

Berilah tanda silang (X) di setiap media sosial, marketplace, e-wallet dan jasa pengiriman yang digunakan. Bisa memilih lebih dari satu!

Media Sosial:	Marketplace:	E-Wallet:	Jasa Pengiriman:
<input checked="" type="checkbox"/> Instagram	<input checked="" type="checkbox"/> Shopee	<input checked="" type="checkbox"/> Ovo	<input checked="" type="checkbox"/> J&T
<input type="checkbox"/> Facebook	<input type="checkbox"/> Tokopedia	<input type="checkbox"/> Dana	<input checked="" type="checkbox"/> JNE
<input checked="" type="checkbox"/> Whatsapp	<input type="checkbox"/> Lazada	<input type="checkbox"/> LinkAja	<input checked="" type="checkbox"/> Tiki
<input type="checkbox"/> Telegram	<input type="checkbox"/> Bukalapak	<input checked="" type="checkbox"/> Gopay	<input type="checkbox"/> Kantor Pos
<input checked="" type="checkbox"/> Tiktok	<input type="checkbox"/> Blibli	<input checked="" type="checkbox"/> Shopepay	<input checked="" type="checkbox"/> Sicepat
<input type="checkbox"/> Youtube	Lainnya: _____	Lainnya: _____	Lainnya: _____
Lainnya: _____			

**Keterangan cara pengisian:**

Berilah tanda silang (X) untuk setiap pernyataan ini sesuai dengan kondisi yang dialami selama menggunakan media online dalam kegiatan usaha:

- ↓ Sangat tidak setuju = 1
- ↓ Tidak setuju = 2
- ↓ Ragu-ragu = 3
- ↓ Setuju = 4
- ↓ Sangat setuju = 5

**Media Sosial (X1)**

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Media sosial memudahkan dalam kegiatan promosi				✓	
2.	Media sosial memudahkan dalam berkomunikasi dengan pelanggan				✓	
3.	Media sosial memiliki banyak fitur yang dapat digunakan dalam mempromosikan produk/jasa					✓
4.	Media sosial memudahkan dalam proses transaksi				✓	
5.	Media sosial memudahkan dalam membuat konten pemasaran					✓

**Marketplace (X2)**

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Marketplace memudahkan dalam menjual produk/jasa			✓		
2.	Marketplace memudahkan dalam kegiatan promosi				✓	
3.	Marketplace memudahkan proses transaksi				✓	

4	Marketplace memiliki jangkauan pasar yang luas			✓	
5	Marketplace memiliki jaminan keamanan dalam penjualan produk/jasa		✓		

**E-Wallet (X3)**

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	E-Wallet memudahkan dalam bertransaksi				✓	
2.	E-Wallet memiliki jaminan keamanan dalam bertransaksi			✓		
3.	E-Wallet banyak digunakan oleh pelanggan				✓	
4.	E-wallet memberikan bantuan promosi penjualan pada produk/jasa				✓	
5.	E-Wallet memudahkan dalam pencairan hasil penjualan				✓	

**Jasa Pengiriman (X4)**

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Jasa pengiriman memudahkan dalam mengirim barang ke pelanggan				✓	
2.	Jasa pengiriman tepat waktu dalam mengirim barang ke pelanggan			✓		
3.	Jasa pengiriman memiliki banyak jenis layanan yang dapat digunakan				✓	
4.	Jasa pengiriman memiliki garansi jika terjadi kehilangan ataupun kerusakan pada barang		✓			
5.	Jasa pengiriman memiliki biaya yang terjangkau			✓		



**Kinerja Pemasaran (Y)**

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1.	Volume penjualan meningkat selama menggunakan media online dalam kegiatan pemasaran					✓
2.	Pendapatan meningkat selama menggunakan media online dalam kegiatan pemasaran				✓	
3.	Jangkauan pasar lebih luas selama menggunakan media online dalam kegiatan pemasaran				✓	
4.	Biaya pemasaran lebih rendah selama menggunakan media online dalam kegiatan pemasaran				✓	
5.	Produk/jasa lebih cepat terjual selama menggunakan media online.				✓	

## Lampiran 3. Nilai R Tabel

Tabel R-Hitung (lanjutan)

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
39	0,2605	0,3081	0,3621	0,3978	0,4950
40	0,2573	0,3044	0,3578	0,3932	0,4896
41	0,2542	0,3008	0,3536	0,3887	0,4843
42	0,2512	0,2973	0,3496	0,3843	0,4791
43	0,2483	0,2940	0,3457	0,3801	0,4742
44	0,2455	0,2907	0,3420	0,3761	0,4694
45	0,2429	0,2876	0,3384	0,3721	0,4647
46	0,2403	0,2845	0,3348	0,3683	0,4601
47	0,2377	0,2816	0,3314	0,3646	0,4557
48	0,2353	0,2787	0,3281	0,3610	0,4514
49	0,2329	0,2759	0,3249	0,3575	0,4473
50	0,2306	0,2732	0,3218	0,3542	0,4432
51	0,2284	0,2706	0,3188	0,3509	0,4393
52	0,2262	0,2681	0,3158	0,3477	0,4354
53	0,2241	0,2656	0,3129	0,3445	0,4317
54	0,2221	0,2632	0,3102	0,3415	0,4280
55	0,2201	0,2609	0,3074	0,3385	0,4244
56	0,2181	0,2586	0,3048	0,3357	0,4210
57	0,2162	0,2564	0,3022	0,3328	0,4176
58	0,2144	0,2542	0,2997	0,3301	0,4143
59	0,2126	0,2521	0,2972	0,3274	0,4110
60	0,2108	0,2500	0,2948	0,3248	0,4079
61	0,2091	0,2480	0,2925	0,3223	0,4048
62	0,2075	0,2461	0,2902	0,3198	0,4018
63	0,2058	0,2441	0,2880	0,3173	0,3988
64	0,2042	0,2423	0,2858	0,3150	0,3959
65	0,2027	0,2404	0,2837	0,3126	0,3931
66	0,2012	0,2387	0,2816	0,3104	0,3903
67	0,1997	0,2369	0,2796	0,3081	0,3876
68	0,1982	0,2352	0,2776	0,3060	0,3850
69	0,1968	0,2335	0,2756	0,3038	0,3823
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,1940	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773
72	0,1927	0,2287	0,2700	0,2977	0,3748
73	0,1914	0,2272	0,2682	0,2957	0,3724
74	0,1901	0,2257	0,2664	0,2938	0,3701
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678
76	0,1876	0,2227	0,2630	0,2900	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589

#### Lampiran 4. Hasil Olah data SPSS Uji Validitas dan Reabilitas

##### MEDIA SOSIAL (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Xtot
X1.1	Pearson Correlation	1	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.601**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X1.2	Pearson Correlation	1.000**	1	1.000**	1.000**	1.000**	.533**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X1.3	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1	1.000**	1.000**	.621**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X1.4	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1.000**	1	1.000**	.440**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X1.5	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	.572**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	73	73	73	73	73	72
Xtot	Pearson Correlation	.601**	.533**	.621**	.440**	.572**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72

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

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	73	100.0

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

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
1.000	1.000	5

**Inter-Item Correlation Matrix**

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
X1.1	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
X1.2	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
X1.3	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
X1.4	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
X1.5	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

**Inter-Item Covariance Matrix**

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
X1.1	1101.724	1008.033	1049.128	1119.855	1067.102
X1.2	1008.033	922.620	960.041	1024.858	976.454
X1.3	1049.128	960.041	999.684	1066.723	1016.429
X1.4	1119.855	1024.858	1066.723	1139.038	1084.830
X1.5	1067.102	976.454	1016.429	1084.830	1033.954

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	31.3973	16353.965	1.000	1.000	.999
X1.2	31.6575	17082.534	1.000	1.000	1.000
X1.3	32.1096	16759.599	1.000	1.000	.999
X1.4	32.0822	16212.354	1.000	1.000	1.000
X1.5	31.6575	16620.339	1.000	1.000	.999

**MARKETPLACE (X2)****Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Xtot
X2.1	Pearson Correlation	1	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.595**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X2.2	Pearson Correlation	1.000**	1	1.000**	1.000**	1.000**	.709**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X2.3	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1	1.000**	1.000**	.252*
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	.033
	N	73	73	73	73	73	72
X2.4	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1.000**	1	1.000**	.382**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001

	N	73	73	73	73	73	72
X2.5	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	.630**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	73	73	73	73	73	72
Xtot	Pearson Correlation	.595**	.709**	.252*	.382**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.033	<.001	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72

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

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

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	73	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
1.000	1.000	5

### Inter-Item Correlation Matrix

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
X2.1	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
X2.2	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
X2.3	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
X2.4	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
X2.5	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

### Inter-Item Covariance Matrix

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
X2.1	1101.132	1009.510	1047.691	1117.681	1067.328
X2.2	1009.510	926.070	960.658	1024.774	978.729
X2.3	1047.691	960.658	997.421	1063.652	1015.578
X2.4	1117.681	1024.774	1063.652	1134.981	1083.521
X2.5	1067.328	978.729	1015.578	1083.521	1035.025

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	31.6164	16347.323	1.000	1.000	.999
X2.2	32.3836	17059.462	1.000	1.000	1.000
X2.3	32.1096	16760.293	1.000	1.000	.999
X2.4	31.8767	16218.637	1.000	1.000	1.000
X2.5	32.0685	16607.537	1.000	1.000	.999

### E-WALLET (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Xtot
X3.1	Pearson Correlation	1	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.544**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X3.2	Pearson Correlation	1.000**	1	.999**	1.000**	1.000**	.693**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X3.3	Pearson Correlation	1.000**	.999**	1	1.000**	.999**	.469**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X3.4	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1.000**	1	1.000**	.714**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X3.5	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.999**	1.000**	1	.412**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	73	73	73	73	73	72
Xtot	Pearson Correlation	.544**	.693**	.469**	.714**	.412**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72

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

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	73	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
1.000	1.000	5

#### Inter-Item Correlation Matrix

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
X3.1	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
X3.2	1.000	1.000	.999	1.000	1.000
X3.3	1.000	.999	1.000	1.000	.999
X3.4	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
X3.5	1.000	1.000	.999	1.000	1.000

#### Inter-Item Covariance Matrix

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
X3.1	1102.535	1009.903	1051.049	1117.881	1067.485
X3.2	1009.903	925.608	962.973	1024.231	977.911
X3.3	1051.049	962.973	1002.868	1065.853	1017.776
X3.4	1117.881	1024.231	1065.853	1133.763	1082.466
X3.5	1067.485	977.911	1017.776	1082.466	1033.981

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	31.2603	16358.640	1.000	1.000	.999
X3.2	31.7945	17078.166	1.000	1.000	1.000
X3.3	32.2603	16755.640	1.000	.999	.999
X3.4	31.1918	16239.185	1.000	1.000	1.000
X3.5	31.4110	16628.551	1.000	1.000	.999

**JASA PENGIRIMAN (X4)**

		<b>Correlations</b>					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Xtot
X4.1	Pearson Correlation	1	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.450**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X4.2	Pearson Correlation	1.000**	1	1.000**	1.000**	1.000**	.425**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X4.3	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1	.999**	1.000**	.413**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
X4.4	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.999**	1	1.000**	.373**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	.001
	N	73	73	73	73	73	72
X4.5	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	.493**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	73	73	73	73	73	72
Xtot	Pearson Correlation	.450**	.425**	.413**	.373**	.493**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72

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

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	73	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	73	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
1.000	1.000	5

**Inter-Item Correlation Matrix**

	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5
X4.1	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000



X4.2	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
X4.3	1.000	1.000	1.000	.999	1.000
X4.4	1.000	1.000	.999	1.000	1.000
X4.5	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

#### Inter-Item Covariance Matrix

	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5
X4.1	1105.104	1013.176	1050.907	1120.057	1069.799
X4.2	1013.176	929.627	963.925	1027.304	981.222
X4.3	1050.907	963.925	1000.223	1065.451	1017.734
X4.4	1120.057	1027.304	1065.451	1136.069	1084.767
X4.5	1069.799	981.222	1017.734	1084.767	1036.522

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	30.4247	16383.248	1.000	.999	.999
X4.2	31.2329	17095.348	1.000	1.000	1.000
X4.3	30.7945	16799.971	1.000	.999	.999
X4.4	30.3288	16265.002	1.000	1.000	1.000
X4.5	30.5890	16652.662	1.000	.999	.999

### KINERJA PEMASARAN (Y)

#### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Yot
Y.1	Pearson Correlation	1	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	.625**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
Y.2	Pearson Correlation	1.000**	1	1.000**	1.000**	1.000**	.471**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
Y.3	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1	1.000**	1.000**	.547**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
Y.4	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1.000**	1	1.000**	.502**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	73	73	73	73	73	72
Y.5	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	1.000**	1.000**	1	.411**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001

	N	73	73	73	73	73	72
Yot	Pearson Correlation	.625**	.471**	.547**	.502**	.411**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	72	72	72	72	72	72

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

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	73	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
1.000	1.000	5

### Inter-Item Correlation Matrix

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
Y.1	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Y.2	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Y.3	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Y.4	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Y.5	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

### Inter-Item Covariance Matrix

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
Y.1	1102.768	1010.225	1048.649	1118.047	1068.041
Y.2	1010.225	925.792	960.759	1024.306	978.613
Y.3	1048.649	960.759	997.610	1063.366	1015.797
Y.4	1118.047	1024.306	1063.366	1133.973	1083.088
Y.5	1068.041	978.613	1015.797	1083.088	1035.065

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	31.6986	16344.297	1.000	1.000	.999
Y.2	32.2603	17063.390	1.000	1.000	1.000
Y.3	32.0137	16762.236	1.000	1.000	.999
Y.4	31.6301	16225.403	1.000	1.000	1.000
Y.5	31.9589	16610.846	1.000	1.000	.999

## Lampiran 5. Nilai T Tabel

Tabel Nilai t

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,996	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78

Sumber: Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)

## Lampiran 6. Nilai F Tabel

67	3,978	3,128	2,736	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,976	3,126	2,734	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,974	3,124	2,732	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,972	3,122	2,730	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,970	3,120	2,728	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,968	3,119	2,727	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,967	3,117	2,725	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,965	3,115	2,723	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,963	3,114	2,722	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,962	3,112	2,720	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,960	3,111	2,719	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,959	3,109	2,717	2,487	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,957	3,108	2,716	2,486	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,956	3,107	2,715	2,484	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,955	3,105	2,713	2,483	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,953	3,104	2,712	2,482	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,952	3,103	2,711	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,951	3,102	2,710	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,949	3,101	2,709	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
86	3,948	3,099	2,707	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
87	3,947	3,098	2,706	2,478	2,322	2,207	2,119	2,049
88	3,946	3,097	2,705	2,476	2,321	2,206	2,118	2,048
89	3,945	3,095	2,704	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
90	3,944	3,094	2,703	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
91	3,943	3,093	2,701	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
92	3,942	3,092	2,700	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
93	3,941	3,091	2,699	2,472	2,316	2,201	2,113	2,043
94	3,940	3,090	2,698	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
95	3,940	3,089	2,697	2,471	2,315	2,200	2,112	2,042
96	3,939	3,088	2,696	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
97	3,939	3,088	2,696	2,470	2,313	2,199	2,111	2,041
98	3,938	3,087	2,695	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
99	3,937	3,086	2,694	2,469	2,312	2,198	2,110	2,040
100	3,936	3,085	2,693	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032