



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Ali, H. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanti, L. M., dkk. (2024). Analisis kuantitatif pengaruh pemasaran digital berbasis media sosial terhadap pertumbuhan pendapatan UMKM di Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(2), 45–56.
- Chaffey, D., Chadwick, F. E., Mayer, R., & Johnston, K. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (4th ed.). London: Pearson Education.
- Chaffey, D., Chadwick, F. E., Mayer, R., & Johnston, K. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (4th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Darmawan, H. D., dkk. (2025). Strategi Digital Marketing dalam meningkatkan penjualan UMKM di Pamulang. *Jurnal Inovasi Ekonomi Digital*, 6(1), 12–20.
- David, F. R., & Rangkuti, F. (2009). *Manajemen Strategi: Suatu Pendekatan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2008). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hendrawan, dkk. (2019). Tahapan digital marketing menurut Strauss dan Frost. Dalam *Strategi Digital UMKM*. Jakarta: Gramedia Digital.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Universitas Islam Indragiri

Kartajaya, H. (2009). *Marketing in Venus: Mengapa Bumi Butuh Marketing?* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kasali, R. (2011). *Cracking Zone: Berani Berubah dan Mengubah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kasali, R. (2011). *Cracking Zone: Berani Berubah dan Mengubah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kemenperin. (2016). Statistik Industri Kecil dan Menengah. Diakses dari <https://kemenperin.go.id>

Kodrat, D. S. (2009). Strategi Digital Marketing untuk UKM. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 6(2), 120–130.

Kominfo. (2013). *Indonesia Peringkat 8 Dunia Pengguna Internet*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika. Diakses dari <https://kominfo.go.id>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Kuncoro, M. (2011). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.

Mulyadi, D. (2007). *Manajemen Strategis dalam Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Permatasari, P. A., & Choiriyah, S. H. (2024). Penerapan Strategi Digital Marketing pada UMKM Ngaboci. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 88–97.

Prince, B., Laudon, K. C., & Rainer, R. K. (2020). *Introduction to Information Systems*. New York: Wiley.

Rainer, R. K., Prince, B., & Laudon, K. C. (2020). *Introduction to Information Systems* (8th ed.). Hoboken, NJ: Wiley.

Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rayport, J. F., & Jaworski, B. J. (2003). *Introduction to E-Commerce* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Rensel, A. D., Abdullah, A., & Windham, M. (2006). *The Internet as Marketing Tool*. *Journal of Electronic Commerce*, 9(4), 25–34.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

- Rusmawan, T. (2010). Perubahan Bisnis oleh E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(1), 19–26.
- Saefudin, S., & Maulana, A. (2023). Strategi pemasaran berbasis digital marketing untuk meningkatkan daya jual produk UMKM (Studi Kasus Wajit Legieta). *Jurnal Pemasaran Digital*, 3(2), 77–85.
- Sanjaya, R., & Tarigan, R. E. (2009). *Creative Digital Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Sanjaya, R., & Tarigan, R. E. (2009). *Creative Digital Marketing*. Yogyakarta: Andi.
- Stockdale, R., Ahmed, A., & Scheepers, H. (2012). Social Media in Business: Challenges of Adoption and Use. *Journal of Organizational and End User Computing (JOEUC)*, 24(3), 88–100.
- Strauss, J., & Frost, R. (2009). *E-Marketing* (5th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Supangat, S. (2014). *Statistika dalam Kajian Deskriptif dan Inferensial*. Jakarta: Erlangga.
- Wahyu, F., & Veri, J. (2022). Analisis transformasi digital marketing UMKM melalui social media marketing (SLR). *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 3(2), 56–70.
- Wardhana, A. (2015). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keunggulan Kompetitif UMKM. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 8(1), 34–41.
- Wardhana, A. (2015). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keunggulan Kompetitif UMKM. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 8(1), 34–41.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2001). *Strategic Management and Business Policy* (7th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy* (13th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Yazer Nasdini. (2012). Indikator Digital Marketing. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Universitas Bina Nusantara.



Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (5th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.





LAMPIRAN

KUESIONER

Strategi Mbizmarket Dalam Penerapan Digital *Marketing* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Di Pemerintahan Kabupaten Indragiri Hilir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Isilah data responden dibawah ini dengan pernyataan yang sudah di sediakan.

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis kelamin : Laki-laki/ Perempuan
4. Pendidikan terakhir :



DAFTAR KUESIONER

Pertunjuk pengisian :

- Jawablah pertanyaan dengan memilih salah satu dari 5 alternatif jawaban yang sudah disediakan dan berikan tanda centang (✓) pada kolom yang anda pilih.

- Keterangan :

Sangat Setuju (SS) 5
 Setuju(S) 4
 Cukup Setuju (CS) 3
 Tidak Setuju (TK) 2 Sangat
 Tidak Setuju (STS) 1 **Digital
 Marketing (X)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Memudahkan konsumen mencari produk yang di inginkan					
2	Pemasaran digital marketing mudah dipahami dan digunakan oleh pengusaha					
3	Digital marketing membantu dalam meningkatkan pertukaran informasi kepada konsumen dengan jelas dan mudah dimengerti					
4	Membantu untuk memberikan pelayanan yang lebih baik terhadap konsumen					
5	Digital marketing membantu meningkatkan loyalitas konsumen terhadap usaha anda miliki					
6	Menginformasikan konsumen terkait harga spesial ataupun diskon dan sejenisnya					
7	Digital marketing sangat membantu anda dalam memasarkan produk usaha dengan jelas/pesifik					
8	Memberikan desain produk sesuai dengan produk usaha					
9	Merasa jengkel pada saat berjualan di sosial media jaringannya tidak bagus (Error)					
10	Merasa jengkel pada para hacker yang manipulasi akun saya					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



11	Sosial media memudahkan untuk menjelaskan produk yang dijual					
12	Sosial media memudahkan dalam memberikan informasi kepada konsumen					

Penjualan dan Pendapatan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Membeli produk yang memiliki fitur unggulan dibandingkan produk lain					
2	Kemasan produk mempengaruhi keputusan untuk membelinya					
3	Memilik merek produk yang menawarkan harga paling kompetitif					
4	Memilih merek yang memiliki ulasan positif dari pelanggan					
5	Memilih penyalur yang menawarkan harga terbaik					
6	Memilih penyalur yang memberikan dukungan dan layanan pelanggan yang baik					
7	Cenderung melakukan pembelian pada saat ada diskon atau promosi					
8	Merencanakan pembelian jauh hari sebelumnya untuk menghindari kekurangan stok					
9	Membeli dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga grosir yang lebih murah					
10	Jumlah pembelian biasanya ditentukan oleh perkiraan permintaan pelanggan					



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

DATA RESPONDEN DIGITAL MARKETING (X)

NO	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
8	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
10	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
4. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
5. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

29	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
30	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
49	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

DATA RESPONDEN *DIGITAL MARKETING* (X)

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

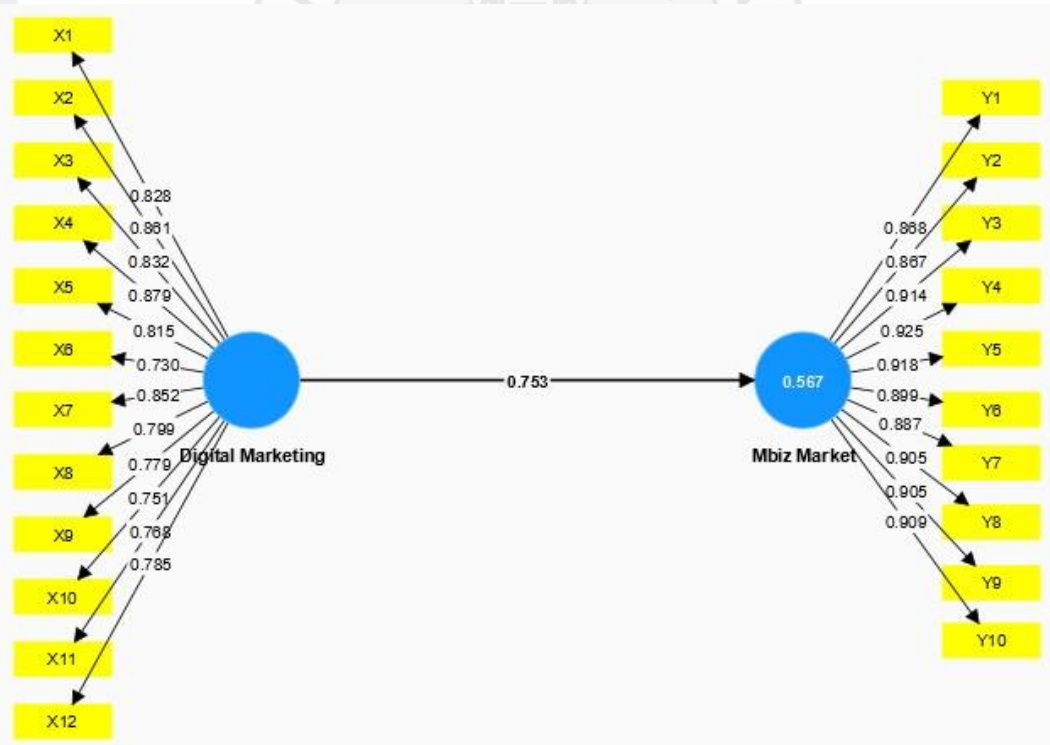
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
36	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
50	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
51	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
52	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Hasil output SEM PLS



Gambar 4.3 Diagram Jalur
Sumber : Hasil Olahan Data 2024



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Tabel
Hasil Loading Faktor

Matrik	Digital Marketing (X)	Penjualan dan Pendapatan (Y)
X1	0.828	
X2	0.861	
X3	0.832	
X4	0.879	
X5	0.815	
X6	0.730	
X7	0.852	
X8	0.799	
X9	0.779	
X10	0.751	
X11	0.768	
X12	0.785	
Y1		0.868
Y2		0.867
Y3		0.914
Y4		0.925
Y5		0.918
Y6		0.899
Y7		0.887
Y8		0.905
Y9		0.905
Y10		0.909

Validity Variabel Laten Dengan Nilai AVE

Contrsuct Reliability and Validity				
Matrix	Cronbac h' Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Digital Marketing (X)	0.957	0.992	0.957	0.653



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Universitas Islam Indragiri

Penjualan dan Pendapatan (Y)	0.974	0.977	0.977	0.810
------------------------------	-------	-------	-------	-------

Tabel

Diskriminan Validity Variabel Laten Dengan Cross Loading

Matrik	Diigital Marketing (X)	Penjualan dan Pendapatan (Y)
X1	0.828	0.447
X2	0.861	0.416
X3	0.832	0.358
X4	0.879	0.427
X5	0.815	0.340
X6	0.730	0.636
X7	0.852	0.391
X8	0.799	0.424
X9	0.779	0.383
X10	0.751	0.924
X11	0.768	0.826
X12	0.785	0.875
Y1	0.717	0.868
Y2	0.759	0.867
Y3	0.755	0.914
Y4	0.748	0.925
Y5	0.698	0.918
Y6	0.611	0.899
Y7	0.564	0.887
Y8	0.611	0.905
Y9	0.611	0.905
Y10	0.629	0.909

Tabel

Diskriminan Validity Variabel Laten Dengan Fornel – Larcker Citerion

	Digital Marketing (X)	Penjualan dan Pendapatan (Y)
Digital Marketing (X)	0.808	



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

Penjualan dan Pendapatan (Y)	0.753	0.900
------------------------------	-------	-------

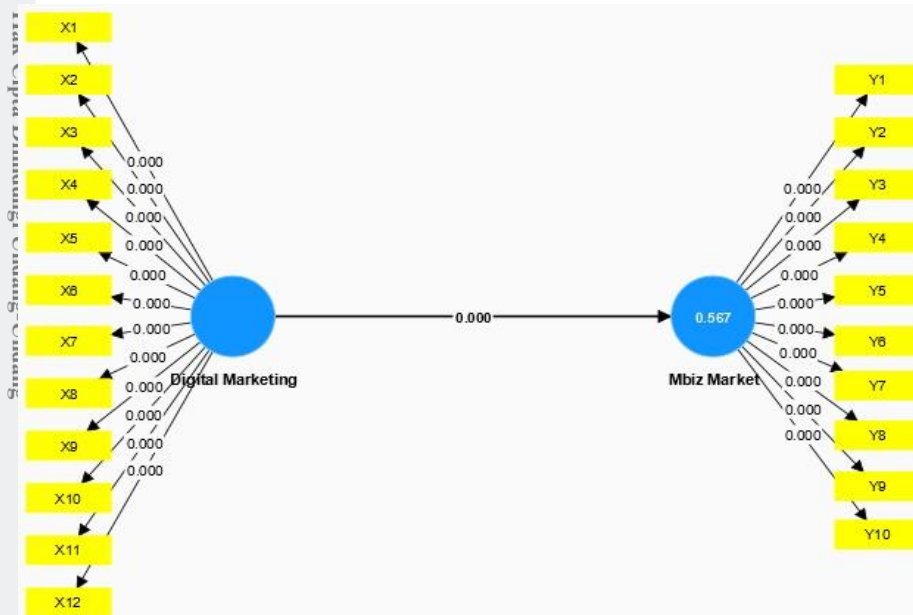
Tabel
Nilai Reliabilitas Masing-Masing Variabel Penelitian

Construct Reliability and Validity				
Matrix	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Digital Marketing (X)	0.957	0.992	0.957	0.653
Penjualan dan Pendapatan (Y)	0.974	0.977	0.977	0.810

Tabel
Nilai R²

	R Square	R Square Adjustive
Penjualan dan Pendapatan (Y)	0.567	0.558

Gambar 4.4.
Diagram Jalur Hasil Hipotesis



Gambar 4.4 Diagram Jalur Hipotesis
Sumber : Hasil Olahan Data 2024

Tabel
Hasil Patch Coefficient Model

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Digital Marketing (X) - > Penjualan dan Pendapatan (Y)	0.753	0.773	0.028	27.381	0.000



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM

INDRAGIRI PROGRAM STUDI MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN

Diberikan kepada :

Nama Mahasiswa : ALDI YUANSYAH
NIM : 101181010007

Konsentrasi : Manajemen Strategik

Judul Skripsi : Strategi Mbizmarket Dalam Penerapan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Di Pemerintahan Kabupaten Indragiri Hilir

Disetujui untuk diajukan pada Ujian *Oral Comprehensive* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri Tembilahan.

Tembilahan, 25 Juni 2024

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II

.M GUNTUR, SE, M.Si

NIDN. 1006046401

YASWAR APRILIAN, SE, MM

NIDN. 1012046801

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

SYAFRINADINA, SE., MM

NIDN. 1015118203

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
2. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
3. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



LEMBAR KEABSAHAN SKRIPSI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : ALDI YUANSYAH
NIM : 101181010007
Konsentrasi : Manajemen Strategik
Judul Skripsi : Strategi Mbizmarket Dalam Penerapan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Di Pemerintahan Kabupaten Indragiri Hilir

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Tembilahan 25 Juni 2024
Penulis

Aldi Yuansyah

Hak Cipta Berindragiri Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penguasaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM
INDRAGIRI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

LEMBAR PERSETUJUAN

Diberikan kepada :

Nama Mahasiswa : ALDI YUANSYAH
NIM : 101181010007
Konsentrasi : Manajemen Strategik
Judul Skripsi : Strategi Mbizmarket Dalam Penerapan Digital Marketing Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Untuk Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Di Pemerintahan Kabupaten Indragiri Hilir

Disetujui untuk diajukan pada Ujian *Oral Comprehensive* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

Tembilahan. Tembilahan, 21 Juli 2025

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II

S.M GUNTUR, SE, M.Si
NIDN. 1012046801

YASWAR APRILIAN, SE, MM
NIDN. 1006046401

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Indragiri

SYAFRINADINA, SE., MM
NIDN. 1015118203

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.