

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH INOVASI PRODUK DALAM MEMEDIASI *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM DI KABUPATEN BULELENG

1. Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda (√) pada tempat yang telah tersedia sesuai dengan jawaban Bapak / Ibu. Penilaian variabel Inovasi Produk, *Digital Marketing* dan Kinerja Pemasaran pada penelitian ini berdasarkan skala berikut:

Pertanyaan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Identitas Responden

a. Nama Responden :

b. Usia

- 1) Kurang dari 20 tahun
- 2) 21 - 30 tahun
- 3) 31 – 40 tahun
- 4) 41 – 50 tahun
- 5) Lebih dari 51 tahun

c. Pendidikan Terakhir

- 1) SMP sederajat
- 2) SMA sederajat
- 3) Diploma
- 4) Sarjana

a. Alamat Usaha

- 1) Kecamatan Tejakula
- 2) Kecamatan Kubutambahan
- 3) Kecamatan Sawan
- 4) Kecamatan Buleleng
- 5) Kecamatan Sukasada
- 6) Kecamatan Banjar
- 7) Kecamatan Busungbiu
- 8) Kecamatan Banjar
- 9) Kecamatan Gerokgak

b. Sudah berapa lama usaha anda dijalankan.

- 1) Kurang dari 1 tahun
- 2) 1 - 5 tahun
- 3) 5 – 10 tahun
- 4) 10 – 15 tahun
- 5) Lebih dari 15 tahun

3. Pertanyaan Penelitian

INOVASI PRODUK						
Indikator Varian Produk		STS	TS	RG	S	SS
1.	Varian produk baru yang Bpk/Ibu hasilkan sudah mengikuti tren terkini.					
Indikator Gaya serta Desain Produk		STS	TS	RG	S	SS
2.	Karakteristik dari produk yang Bpk/Ibu hasilkan sudah mempunyai nilai tersendiri.					
Indikator Kualitas Produk		STS	TS	RG	S	SS
3.	Produk yang Bpk/Ibu hasilkan sudah memenuhi persyaratan kelayakan produk.					

DIGITAL MARKETING						
Indikator Accessibility (aksesibilitas)		STS	TS	RG	S	SS
1.	Bpk/Ibu menggunakan sosial media untuk mempromosikan produk yang dihasilkan.					
Indikator Interactivity (interaktivitas)		STS	TS	RG	S	SS
2.	Sosial media memudahkan Bpk/Ibu untuk berkomunikasi dengan para konsumen.					
Indikator Entertainment (hiburan)		STS	TS	RG	S	SS
3.	Bpk/Ibu memberikan hadiah hiburan kepada konsumen yang setia					
Indicator Credibility (kepercayaan)		STS	TS	RG	S	SS
4.	Sosial media membantu Bpk/Ibu dalam meyakinkan konsumen.					
Indikator Irritation (kejengkelan)		STS	TS	RG	S	SS
5.	Bpk/Ibu sering jengkel saat berjualan di sosial media tiba-tiba jaringan tidak bagus atau error.					
Indikator Informativeness (informative)		STS	TS	RG	S	SS
6.	Sosial media memudahkan Bpk/Ibu dalam memberi informasi produk kepada konsumen.					
KINERJA PEMASARAN						
Indikator Tingkat Pertumbuhan Pelanggan		STS	TS	RG	S	SS
1.	Jumlah Pelanggan baru Bpk/Ibu terus bertambah di setiap tahunnya.					
Indikator Volume Penjualan		STS	TS	RG	S	SS
2.	Penjualan produk Bpk/Ibu terus meningkat di setiap tahunnya.					
Indikator Tingkat Keuntungan Penjualan		STS	TS	RG	S	SS
3.	Usaha yang Bpk/Ibu kelola memperoleh laba yang terus meningkat disetiap tahunnya.					

Lampiran 2 : Tabulasi Data

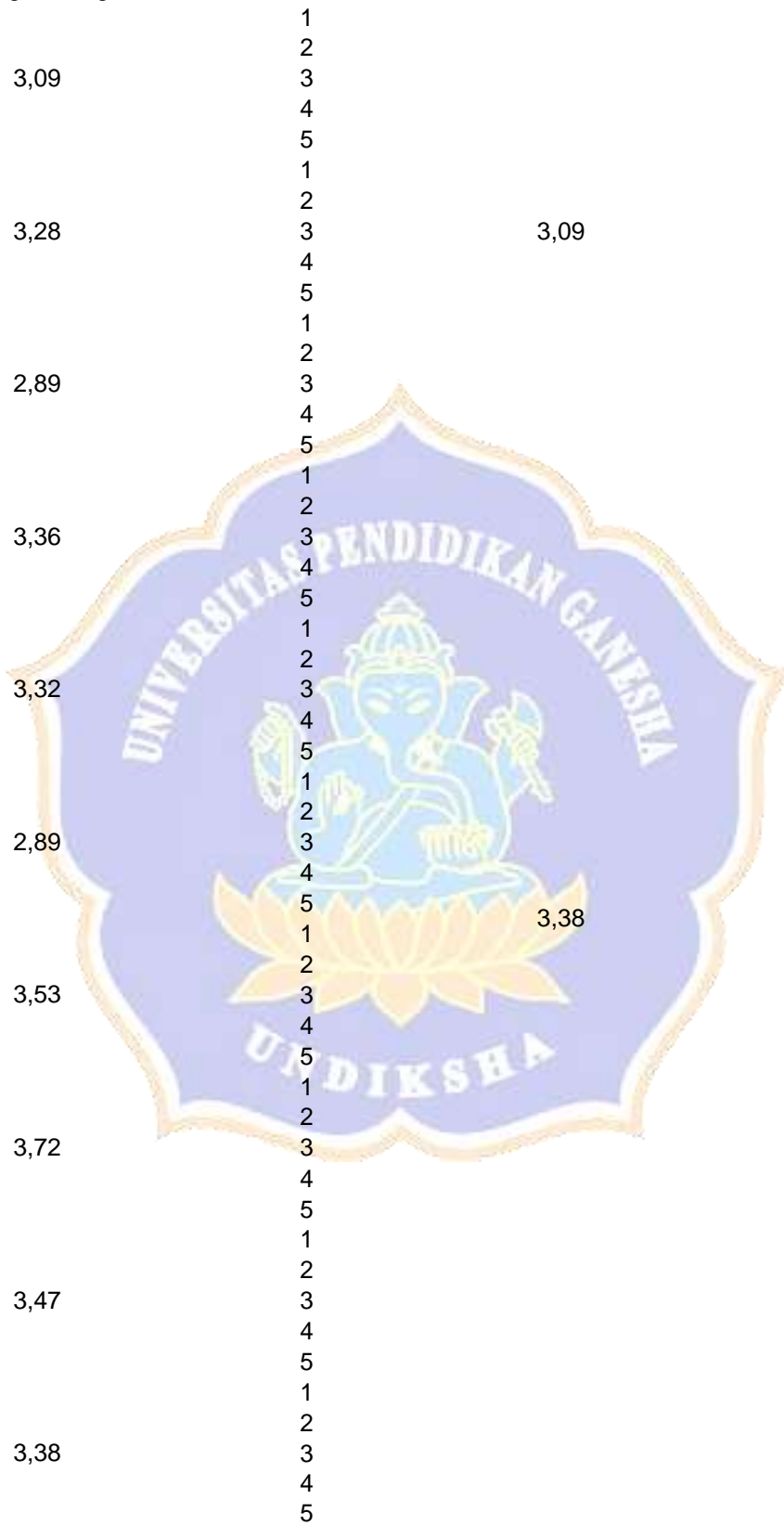
Indikator	Item	Pilihan Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Indikator Inovasi Produk	M1.1	STS (1)	1	2,13
		TS (2)	5	10,64
		RG (3)	30	63,83
		S (4)	11	23,40
		SS (5)	0	0,00
	M1.2	STS (1)	1	2,13
		TS (2)	4	8,51
		RG (3)	23	48,94
		S (4)	19	40,43
		SS (5)	0	0,00
	M1.3	STS (1)	3	6,38
		TS (2)	10	21,28
		RG (3)	23	48,94
		S (4)	11	23,40
		SS (5)	0	0,00
Indikator Digital Marketing	Y1.1	STS (1)	0	0
		TS (2)	4	8,510638298
		RG (3)	22	46,80851064
		S (4)	21	44,68085106
		SS (5)	0	0
	Y1.2	STS (1)	1	2,127659574
		TS (2)	7	14,89361702
		RG (3)	15	31,91489362
		S (4)	24	51,06382979
		SS (5)	0	0
	Y1.3	STS (1)	1	2,127659574
		TS (2)	16	34,04255319
		RG (3)	17	36,17021277
		S (4)	13	27,65957447
		SS (5)	0	0
	Y1.4	STS (1)	0	0
		TS (2)	1	2,127659574
		RG (3)	20	42,55319149
		S (4)	26	55,31914894
		SS (5)	0	0
	Y1.5	STS (1)	0	0
		TS (2)	0	0
		RG (3)	13	27,65957447
		S (4)	34	72,34042553
SS (5)		0	0	
Y1.6	STS (1)	0	0	
	TS (2)	0	0	
	RG (3)	25	53,19148936	
	S (4)	22	46,80851064	
	SS (5)	0	0	
Indikator Kinerja Pemasaran	X1.1	STS (1)	0	0
		TS (2)	2	4,255319149
		RG (3)	25	53,19148936
		S (4)	20	42,55319149
		SS (5)	0	0

X1.2	STS (1)	0	0
	TS (2)	4	8,510638298
	RG (3)	28	59,57446809
	S (4)	15	31,91489362
	SS (5)	0	0
X1.3	STS (1)	0	0
	TS (2)	3	6,382978723
	RG (3)	27	57,44680851
	S (4)	17	36,17021277
	SS (5)	0	0



Rata-rata Masing-masing Indikator

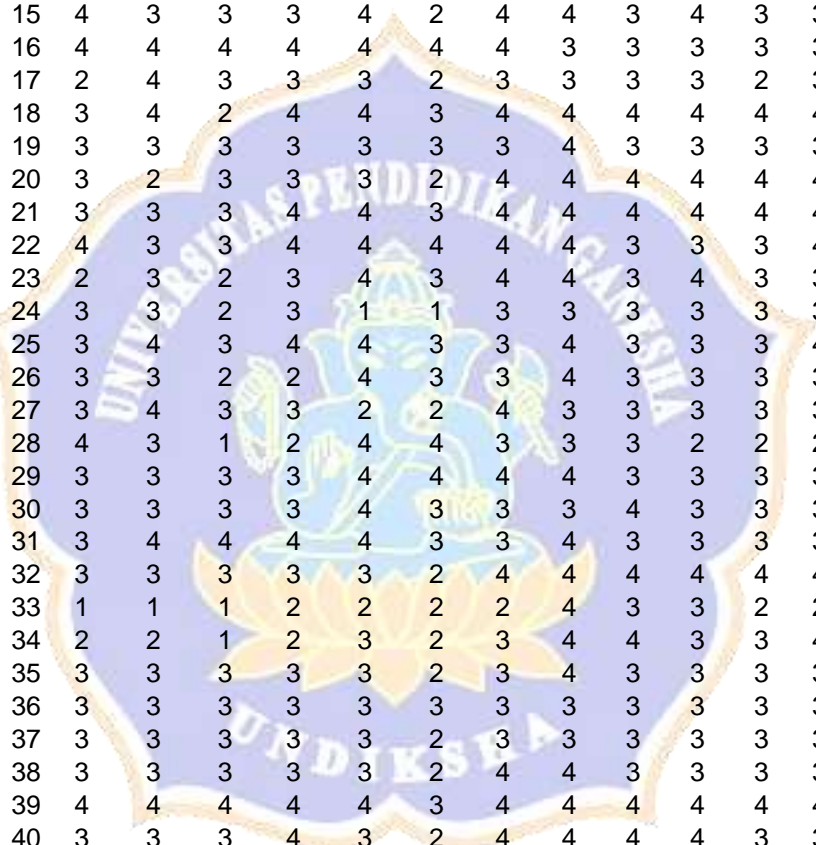
Rata-rata Variabel



3,23	1	
	2	
	3	3,30
	4	
	5	
	1	
3,30	2	
	3	
	4	
	5	



Tabulasi Data



1	2	2	4	3	2	2	4	4	4	2	2	2
2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3
4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
5	3	4	2	3	2	2	3	4	4	4	4	3
6	3	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
8	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
11	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
14	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3
15	4	3	3	3	4	2	4	4	3	4	3	3
16	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
17	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
18	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4
19	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
20	3	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4
21	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
22	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4
23	2	3	2	3	4	3	4	4	3	4	3	3
24	3	3	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3
25	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4
26	3	3	2	2	4	3	3	4	3	3	3	3
27	3	4	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3
28	4	3	1	2	4	4	3	3	3	2	2	2
29	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
30	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
31	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
32	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4
33	1	1	1	2	2	2	2	4	3	3	2	2
34	2	2	1	2	3	2	3	4	4	3	3	4
35	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
38	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3
39	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
40	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	3	3
41	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4
42	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	3
46	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
47	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4

Lampiran 3

Convergent Validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
Inovasi Produk (M)	0,707	0,713
Digital Marketing (X)	0,850	0,895
Kinerja Pemasaran (Y)	0,896	0,896

Discriminant Validity

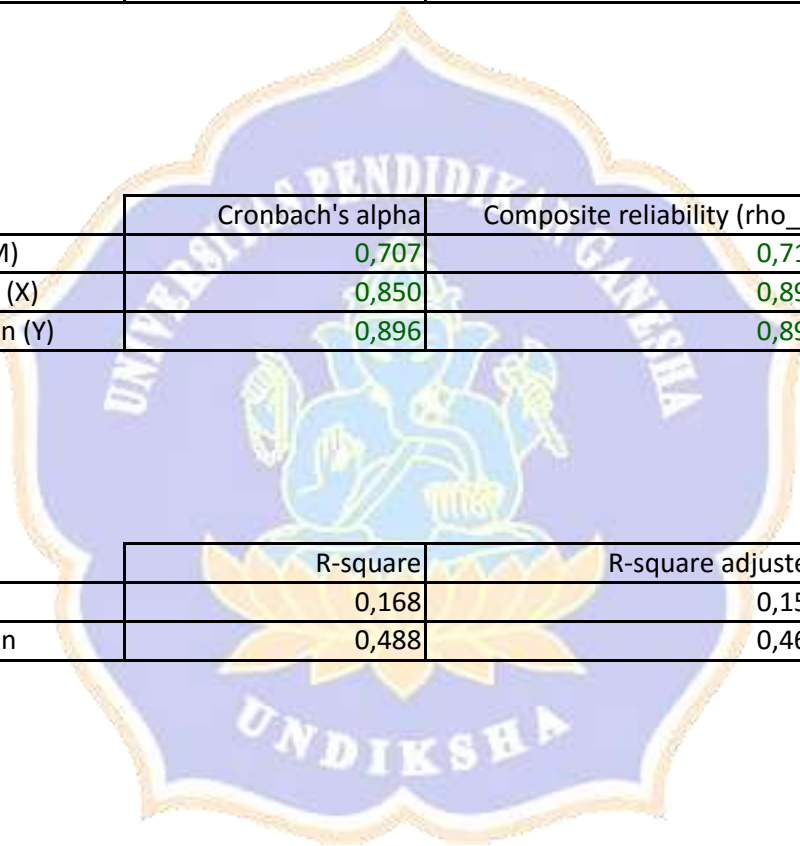
	M	X
M		
X	0,483	
Y	0,760	0,618

Uji Reabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
Inovasi Produk (M)	0,707	0,713
Digital Marketing (X)	0,850	0,895
Kinerja Pemasaran (Y)	0,896	0,896

Inner Model
r-Square

	R-square	R-square adjusted
Inovasi Produk	0,168	0,150
Kinerja Pemasaran	0,488	0,465



Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
0,835	0,629
0,888	0,570
0,935	0,828

Y

Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
0,835	0,629
0,888	0,570
0,935	0,828



RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

1. Nama Lengkap : Nyoman Darma Wibawa
2. Tempat, Tanggal Lahir : Penuktukan, 14 Januari 1997
3. Alamat : Banjar Dinas Kawanan, Desa Penuktukan, Kecamatan Tejakula, Buleleng
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Agama : Hindu
6. Status : Menikah
7. Ayah : Wayan Surata
8. Ibu : Nyoman Mariati

Pendidikan Formal

1. SDN 2 Penuktukan (2003-2009)
2. SMPN 2 Tejakula (2009-2012)
3. SMKN 1 Tejakula (2012-2015)
4. Universitas Pendidikan Ganesha (2015-2019)

Pendidikan Non Formal

1. Sekolah Kader Pemilu Partisipatif Provinsi Bali 2020
2. Pelatihan Jurnalistik LPDS 2022
3. Pelatihan Video Content Creator Academy dari BPSDMP Kominfo Yogyakarta 2022

Pekerjaan


1. Jurnalis di Harian Koran Bali Express (2019-2020)
2. Jurnalis di Media Online Balipuspanews.com (2020-Sekarang)

Organisasi

1. Ketua Bidikmisi Undiksha (2016-2017)
2. Kepala Bidang Data-data dan Informasi KMHDI Buleleng 2018-2020
3. Ketua DPC Persadha Nusantara Kabupaten Buleleng 2020-Sekarang
4. Ketua Karang Taruna Desa Penuktukan 2024

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya supaya dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Singaraja, 30 Juli 2024



Nyoman Darma Wibawa