



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1
SURAT OBSERVASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI

Jalan Udayana No. 11 Singaraja-Bali. Telepon : (0362) 26830
Email : feundiksha@gmail.com Website : <http://www.fe.undiksha.ac.id/>

01 April 2020

Nomor : 525/UN48.13.1/DL/2020

Lamp. : -

Hal : *Pengumpulan data*

Kepada Yth. Pelaku UMKM se-kecamatan Buleleng
di tempat.

Dengan hormat, yang bertanda tangan dibawah ini Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha menerangkan bahwa mahasiswa/i tersebut dibawah ini :

Nama : Gusti Agung Surya Tanti
NIM. : 1617051018
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Akuntansi S1

bermaksud mengadakan penelitian lapangan untuk menempuh atau menyusun tugas akhir, skripsi dan melengkapi tugas lainnya. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon ijin agar mahasiswa kami dapat diterima dan diberikan data ditempat yang Bapak / Ibu pimpin. Mengingat adanya penyebaran Covid-19 kami berharap segala kegiatan pengumpulan data penelitian harus menerapkan protocol kewaspadaan dan pencegahan penyebaran Covid-19 yakni pengambilan data maupun penyebaran kuisioner via online.

Demikian surat ini kami buat agar bisa digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,

Dr. Gede Adi Yuniarta, SE.Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

LAMPIRAN 2
KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Bapak/Ibu Responden

di-

tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka memenuhi tugas akhir (Skripsi) pada Universitas Pendidikan Ganesha Fakultas Ekonomi Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, maka dengan segala kerendahan hati saya sangat menghargai tanggapan Bapak/Ibu terhadap beberapa pernyataan yang tersedia dalam kuesioner ini mengenai **“Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng”**. Pengumpulan data ini semata-mata hanya akan digunakan untuk maksud penyusunan skripsi dan akan dijamin kerahasiaannya.

Kesediaan dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan dalam bentuk informasi yang benar dan lengkap akan sangat mendukung keberhasilan penelitian ini. Selain itu jawaban yang Bapak/Ibu berikan juga akan merupakan masukan yang sangat berharga bagi saya. Akhir kata saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu yang telah meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner ini.

Hormat saya,

Gusti Agung Surya Tanti

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Usaha :
Nama Responden :
Jenis Kelamin :
Umur :
Lama Usaha :

Petunjuk Pengisian

Mohon Anda memberi tanda *Checklist* (✓) pada salah satu skala 1 s.d 5 dibawah ini:

1. Berarti *Sangat Tidak Setuju* (STS)
2. Berarti *Tidak Setuju* (TS)
3. Berarti *tidak pasti apakah Setuju atau tidak setuju bisa disebut Netral* (N)
4. Berarti *Setuju* (S)
5. Berarti *Sangat Setuju* (SS)

A. Pemanfaatan Media Sosial (X₁)

NO	KETERANGAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Mempromosikan produk di jejaring sosial meningkatkan volume penjualan					
2	Promosi melalui jejaring sosial meningkatkan transaksi pembelian					
3	Setelah mempromosikan produk di jejaring sosial, perputaran dana usaha berkembang cepat					
4	Promosi di jejaring sosial membuat jumlah pelanggan bertambah					
5	Promosi melalui jejaring sosial meningkatkan jumlah permintaan produk tersebut					
6	Setelah mempromosikan produk di jejaring sosial, jumlah pengikut (<i>followers</i>) bertambah					

7	Setelah mempromosikan produk di jejaring sosial, unit usaha pedagang bertambah					
8	Mempromosikan produk di jejaring sosial meningkatkan laba usaha					
9	Rutin berbagai informasi seputar produk di jejaring sosial membuat citra usaha semakin baik					
10	Promosi di jejaring sosial membuat merek suatu produk terkenal					

B. Kreativitas (X_2)

NO	KETERANGAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya mampu berfikir kreatif					
2	Saya mempunyai ide-ide kreatif agar usaha saya berkembang					
3	Saya mampu mengadaptasi ide-ide baru untuk menciptakan produk yang berbeda dengan orang lain					
4	Saya mampu menciptakan produk yang bervariasi					
5	Saya mampu memberikan nilai tambah yang membedakan produk yang saya hasilkan berbeda dengan orang lain					
6	Saya melakukan cara-cara baru untuk mengembangkan peluang usaha					

C. Modal Usaha (X_3)

NO	KETERANGAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya memiliki modal untuk membuka usaha dari bantuan keluarga					
2	Saya membuka usaha dari uang yang sudah lama saya tabung					

3	Saya dapat menggunakan dana dari kredit yang diberikan untuk membeli peralatan agar menjadi lebih lengkap, sehingga dapat memudahkan dan mempercepat proses produksi					
4	Jangka waktu pinjaman yang diberikan tergolong lama, sehingga memberatkan pembayaran cicilan					
5	Bunga yang ditawarkan tergolong tinggi dan tidak dapat dijangkau					
6	Saya sering mendapatkan informasi dari Dinas atau Lembaga keuangan lainnya tentang bantuan modal untuk UMKM					
7	Pihak Bank dan Lembaga keuangan lainnya pernah menawarkan bantuan modal					
8	Bantuan modal baik dari bank maupun dari lembaga keuangan lainnya sangat penting untuk peningkatan usaha saya					
9	Saya pernah mengajukan pinjaman modal kepada Bank maupun lembaga keuangan lainnya					
10	Akses saya sebagai pelaku UMKM dalam mendapatkan modal baik dari Bank maupun dari Lembaga keuangan lainnya sangatlah mudah					
11	Kredit yang diberikan sangat bermanfaat untuk keberlanjutan usaha saya					

D. Keberlanjutan Usaha (Y)

NO	KETERANGAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Terjadi peningkatan modal dalam usaha yang dijalankan					
2	Terjadi peningkatan pendapatan					

3	Terjadi peningkatan volume penjualan usaha yang dijalankan					
4	Terjadi penambahan output produksi usaha yang dijalankan					
5	Terjadi peningkatan jumlah tenaga kerja					

Terimakasih



LAMPIRAN 3
DATA RESPONDEN PENELITIAN

No	Nama Usaha	Tempat Usaha	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)
1	Moon Stuff Singaraja	Penarukan	Wanita	21
2	UD. Sari Ayu	Poh Bergong	Pria	24
3	Adi Dekorasi	Pengelatan	Pria	39
4	KOPI MAU	Baktiserage	Pria	38
5	Ronachan salon	Baktiserage	Pria	38
6	Ayanna Florist	Astina	Wanita	26
7	Gerabah banyuning	Banyuning	Wanita	22
8	lovelytaashop	Kalibukbuk	Wanita	22
9	Bestcamp Singaraja	Kaliuntu	Pria	23
10	Rumah Kue Singaraja	Penarukan	Wanita	40
11	Dagang ps. Kp tinggi	Kampung Baru	Pria	21
12	Rumah Kayu Singaraja	Liligundi	Pria	21
13	Online	Petandakan	Wanita	22
14	Accessories Handmade	Banyuning	Wanita	22
15	Dapur Satay	Kaliuntu	Pria	22
16	Warung	Kampung Baru	Wanita	33
17	Sophie singaraja	Banjar Tegal	Wanita	30
18	Thebel	Pemaron	Wanita	20
19	Bakso Mr. Botax	Baktiserage	Pria	40
20	Kios Berkah	Kampung Kajanan	Pria	38
21	Sprey homemade nandhini.pro	Penarukan	Wanita	25
22	Riashop "fashion wanita"	Banyuning	Wanita	22
23	Bootcamp Singaraja	Banyuning	Pria	22
24	Timtum Shop	Alasangker	Wanita	21
25	Beautychan Shop	Kampung Bugis	Wanita	25
26	Moy Cosmeticss	Pemaron	Wanita	28
27	Tahu gila singaraja	Banyuasri	Pria	26
28	Jimshoney Store	Kampung Anyar	Wanita	22
29	Dian Citra MUA & Studio Kebaya	Kendran	Wanita	29
30	Apem Bali	Banjar Bali	Wanita	35
31	Camilan by Sinta	Kampung Anyar	Wanita	27
32	Bengkel HP Online	Jinengdalem	Pria	29
33	Olshop	Baktiserage	Wanita	21
34	Nailart	Beratan	Wanita	25
35	Eyelash studio	Banyuasri	Wanita	27
36	banana kriuk	Kampung Anyar	Pria	25

No	Nama Usaha	Tempat Usaha	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)
37	tahu krispi	Sari Mekar	Wanita	23
38	Roti manis	Paket Agung	Pria	32
39	tiara flowers	Kampung Singaraja	Wanita	26
40	kumala kebaya	Tukad Mungga	Wanita	28
41	Little Grass	Banyuasri	Pria	22
42	molita busana	Kampung Baru	Wanita	25
43	Lia Accessories	Kampung Kajanan	Wanita	24
44	Pentol mercon	Nagasepaha	Pria	32
45	Distro	Banjar Jawa	Pria	34
46	Catering	Kampung Anyar	Wanita	31
47	tahu genjrot	Pemaron	Pria	21
48	Kebab singaraja	Banjar Jawa	Pria	28
49	Crepes	Kaliuntu	Pria	29
50	sweety_fashionshop	Banyuasri	Wanita	32
51	Ayulia Salon	Kalibukbuk	Wanita	28
52	ayam geprek	Baktiserage	Wanita	26
53	satria fotografer	Banjar Tegal	Pria	30
54	QuickPizzaDelivery	Banjar Tegal	Wanita	30
55	Frozen food	Banyuasri	Wanita	28
56	wijaya dekorasi	Kampung Kajanan	Pria	35
57	Dinashop "camilan murah"	Anturan	Wanita	26
58	warung bali	Baktiserage	Wanita	32
59	salon	Kaliuntu	Wanita	29
60	warung makan	Banjar Jawa	Pria	34
61	Dagang	Banyuasri	Pria	27
62	dairyfood	Kaliuntu	Wanita	26
63	sari kebaya	Kampung Baru	Wanita	31
64	kedai kopi	Kalibukbuk	Pria	36
65	kedai mini	Kampung Anyar	Pria	32
66	epikshop	Banjar Bali	Wanita	26
67	Pastry	Kampung Baru	Pria	34
68	toko	Kampung Kajanan	Pria	31
69	Catering	Kampung Anyar	Wanita	28
70	Ra fashion shop	Banyuning	Wanita	26
71	Thai tea	Anturan	Pria	30
72	butik	Kampung Bugis	Wanita	27
73	ylbeauty	Penarukan	Wanita	22

Sumber : Kuesioner dengan media Google Form, 2020

2. Variabel Kreativitas (X₂)

Responden	1	2	3	4	5	6
1	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	5	4	4
3	5	4	4	4	4	5
4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
6	4	5	4	4	4	4
7	4	4	4	3	3	3
8	4	4	4	4	4	4
9	5	5	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4
11	5	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	5
13	4	4	4	4	3	5
14	4	4	4	4	4	4
15	4	3	3	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4
17	3	4	3	4	4	5
18	4	3	3	3	3	3
19	4	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5	5
21	4	5	4	4	4	4
22	4	4	3	3	4	4
23	4	4	3	3	4	4
24	3	4	4	4	4	4
25	4	3	4	3	2	2
26	4	4	3	3	3	4
27	4	4	4	4	4	4
28	5	4	3	3	3	5
29	5	5	4	4	5	5
30	5	5	5	4	5	5
31	5	5	5	5	5	5
32	4	4	3	4	4	4
33	5	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	4	4
35	4	4	3	3	4	4
36	5	5	5	5	5	5
37	4	4	4	4	4	4
38	5	4	4	4	5	4

Responden	1	2	3	4	5	6
39	4	5	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	3
41	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4
43	4	4	3	4	4	4
44	5	5	5	5	5	5
45	4	4	4	5	4	4
46	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5
53	4	4	4	4	4	4
54	5	5	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	5
62	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4
64	5	5	5	5	5	5
65	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4	4
71	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4
73	5	5	5	5	5	5

3. Variabel Modal Usaha (X₃)

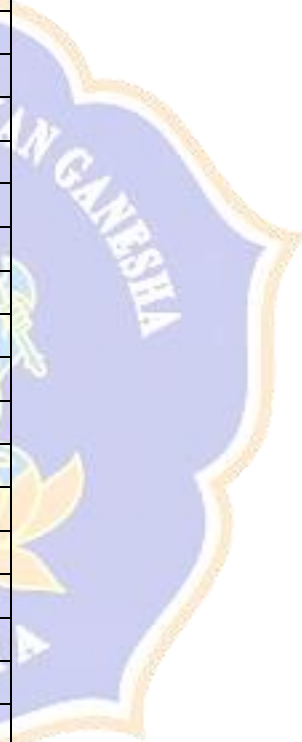
Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3
2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5
4	2	1	5	2	1	5	2	5	5	3	5
5	2	4	5	1	1	5	5	5	5	5	5
6	3	5	3	3	3	3	4	2	2	2	2
7	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3
8	3	4	3	4	1	1	1	4	1	1	4
9	1	3	1	1	2	5	4	5	2	5	4
10	4	4	4	3	3	1	2	4	4	3	4
11	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4
12	2	3	1	1	1	3	2	3	1	3	2
13	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
14	3	4	4	2	2	3	3	4	4	3	3
15	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
16	3	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4
17	4	3	4	3	2	2	4	5	4	4	5
18	4	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1
19	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
20	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
21	3	4	4	1	1	4	4	3	3	3	3
22	3	4	2	1	1	3	4	2	1	2	2
23	2	4	3	3	4	4	2	4	2	3	4
24	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
25	2	4	3	2	2	3	2	3	4	2	3
26	1	5	1	1	1	1	1	1	1	5	3
27	3	3	4	4	2	2	3	5	4	4	4
28	2	4	2	2	2	4	4	3	2	4	3
29	4	5	4	3	3	2	3	4	4	4	4
30	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	5	5	5	3	1	1	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	3	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4
36	4	3	4	2	2	3	4	4	4	4	4
37	3	4	4	2	2	3	4	4	4	3	4
38	2	4	4	2	2	3	4	4	4	3	4

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
39	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4
41	1	5	4	4	1	4	4	3	5	2	3
42	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5
46	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
49	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
50	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
57	4	4	5	3	3	4	4	4	5	5	5
58	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	5	4	4	3	3	3	5	5	4	5

4. Variabel Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial (Y)

Responden	1	2	3	4	5
1	4	4	4	3	2
2	5	4	4	4	5
3	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
6	4	3	3	3	2
7	4	4	4	3	3
8	4	4	4	3	1
9	5	4	5	5	3
10	4	3	3	3	2
11	4	4	4	4	3
12	5	5	4	4	3
13	4	4	4	4	3
14	5	5	5	5	5
15	5	4	4	4	4
16	5	3	3	3	3
17	4	4	4	4	3
18	2	3	3	3	2
19	4	5	4	4	4
20	5	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4
22	5	5	5	4	4
23	4	4	4	4	3
24	3	4	4	4	4
25	3	4	4	3	2
26	5	4	5	4	2
27	4	4	4	4	4
28	4	4	4	3	3
29	3	4	4	4	3
30	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4
33	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	2
36	4	4	4	4	3
37	4	4	4	4	3
38	4	4	4	4	3

Responden	1	2	3	4	5
39	4	4	4	4	3
40	4	4	4	4	4
41	3	4	4	4	3
42	4	4	4	4	3
43	4	4	4	4	3
44	4	4	4	5	3
45	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	5
47	5	4	5	4	3
48	4	4	4	4	3
49	5	5	5	5	4
50	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	3
52	4	4	4	4	3
53	4	4	4	4	3
54	5	5	5	5	5
55	4	4	4	4	3
56	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	3
58	4	4	4	4	3
59	4	4	4	4	3
60	4	4	4	4	2
61	4	4	4	4	3
62	4	4	4	4	3
63	4	4	4	4	4
64	5	5	5	5	4
65	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	3
67	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4
71	5	5	5	5	5
72	4	5	4	4	3
73	5	5	5	5	5



LAMPIRAN 5
HASIL UJI KUALITAS DATA
UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS



1. Variabel Pemanfaatan Media Sosial (X₁)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,722**	,447**	,656**	,598**	,419**	,368**	,584**	,579**	,610**	,749**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X1.2	Pearson Correlation	,722**	1	,507**	,598**	,698**	,411**	,348**	,468**	,586**	,524**	,735**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X1.3	Pearson Correlation	,447**	,507**	1	,619**	,502**	,537**	,716**	,565**	,498**	,512**	,779**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X1.4	Pearson Correlation	,656**	,598**	,619**	1	,724**	,550**	,443**	,622**	,508**	,714**	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X1.5	Pearson Correlation	,598**	,698**	,502**	,724**	1	,565**	,535**	,584**	,604**	,640**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X1.6	Pearson Correlation	,419**	,411**	,537**	,550**	,565**	1	,525**	,610**	,479**	,475**	,730**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X1.7	Pearson Correlation	,368**	,348**	,716**	,443**	,535**	,525**	1	,577**	,529**	,465**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,001	,003	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X1.8	Pearson Correlation	,584**	,468**	,565**	,622**	,584**	,610**	,577**	1	,698**	,701**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X1.9	Pearson Correlation	,579**	,586**	,498**	,508**	,604**	,479**	,529**	,698**	1	,748**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X1.10	Pearson Correlation	,610**	,524**	,512**	,714**	,640**	,475**	,465**	,701**	,748**	1	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Total_ X1	Pearson Correlation	,749**	,735**	,779**	,821**	,825**	,730**	,737**	,818**	,784**	,803**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	10



2. Variabel Kreativitas (X₂)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,722**	,710**	,609**	,671**	,617**	,819**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X2.2	Pearson Correlation	,722**	1	,778**	,727**	,786**	,704**	,898**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X2.3	Pearson Correlation	,710**	,778**	1	,847**	,731**	,562**	,888**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X2.4	Pearson Correlation	,609**	,727**	,847**	1	,805**	,656**	,894**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X2.5	Pearson Correlation	,671**	,786**	,731**	,805**	1	,745**	,909**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X2.6	Pearson Correlation	,617**	,704**	,562**	,656**	,745**	1	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
Total_X2	Pearson Correlation	,819**	,898**	,888**	,894**	,909**	,820**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	73	73	73	73	73	73	73

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,936	6



X3.8	Pearson Correlation	,339**	,162	,712**	,395**	,274*	,332**	,507**	1	,732**	,582**	,852**	,752**
	Sig. (2-tailed)	,003	,171	,000	,001	,019	,004	,000		,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X3.9	Pearson Correlation	,405**	,317**	,908**	,467**	,337**	,379**	,605**	,732**	1	,538**	,759**	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,000	,000	,004	,001	,000	,000		,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X3.10	Pearson Correlation	,343**	,379**	,452**	,223	,355**	,414**	,633**	,582**	,538**	1	,687**	,714**
	Sig. (2-tailed)	,003	,001	,000	,058	,002	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X3.11	Pearson Correlation	,333**	,310**	,760**	,409**	,293*	,328**	,509**	,852**	,759**	,687**	1	,794**
	Sig. (2-tailed)	,004	,008	,000	,000	,012	,005	,000	,000	,000	,000		,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Total_X3	Pearson Correlation	,625**	,485**	,839**	,674**	,663**	,563**	,773**	,752**	,834**	,714**	,794**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	11



4. Variabel Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,587**	,674**	,590**	,532**	,780**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73
Y.2	Pearson Correlation	,587**	1	,845**	,768**	,633**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73
Y.3	Pearson Correlation	,674**	,845**	1	,815**	,576**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73
Y.4	Pearson Correlation	,590**	,768**	,815**	1	,699**	,894**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73
Y.5	Pearson Correlation	,532**	,633**	,576**	,699**	1	,850**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	73	73	73	73	73	73
Total_Y	Pearson Correlation	,780**	,871**	,881**	,894**	,850**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	73	73	73	73	73	73

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,885	5



LAMPIRAN 6
HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Total_X1	73	33	50	42,27	4,507
Total_X2	73	18	30	25,59	3,148
Total_X3	73	20	55	40,58	7,100
Total_Y	73	13	25	20,21	2,713
Valid N (listwise)	73				



LAMPIRAN 7
HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,79525054
Most Extreme Differences	Absolute	,102
	Positive	,073
	Negative	-,102
Kolmogorov-Smirnov Z		,869
Asymp. Sig. (2-tailed)		,437

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,365	2,251		-,162	,872	
	Total_X1	,244	,055	,406	4,410	,000	,749
	Total_X2	,218	,095	,253	2,294	,025	,522
	Total_X3	,115	,038	,301	3,060	,003	,657

a. Dependent Variable: Total_Y

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-,001	,001		-1,762	,083
	X1	,041	,026	,510	1,567	,122
	X2	,058	,053	,359	1,102	,274
	X3	2,071E-007	,000	,087	,705	,483

a. Dependent Variable: ABS

LAMPIRAN 8 HASIL ANALISIS REGRESI BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 ^a	,562	,543	1,834

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	297,867	3	99,289	29,524	,000 ^b
	Residual	232,051	69	3,363		
	Total	529,918	72			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,365	2,251		-,162	,872
	Total_X1	,244	,055	,406	4,410	,000
	Total_X2	,218	,095	,253	2,294	,025
	Total_X3	,115	,038	,301	3,060	,003

a. Dependent Variable: Total_Y

LAMPIRAN 9
DISTRIBUSI NILAI t TABEL

d.f	$t_{0.10}$	$T_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724
61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637

Sumber : "Table of Percentage Points of the t-Distribution". Biometrika, Vol. 32. (1941), p. 300. Reproduced by permission of the Biometrika Trustess, dalam Qadhafi (2017:84)



Gusti Agung Surya Tanti lahir di Pontianak, pada tanggal 17 Agustus 1998. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak Gusti Ngurah Setiawan dan Ibu Gusti Ayu Elly. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Alamat penulis di Banjar Dinas Dandin Pura, Desa Panji, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 2 Panji dan lulus pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 6 Singaraja dan lulus pada tahun 2013. Pada tahun 2016 penulis lulus dari SMK Negeri 1 Singaraja Jurusan Akuntansi dan kemudian melanjutkan pendidikan Strata 1 Program Studi S1 Akuntansi, Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Pada Tahun 2020 penulis menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial di Kecamatan Buleleng”.

