

DAFTAR PUSTAKA

- A.Hildayati. (2022). Implementasi Sistem Informasi Publik Berbasis Website Di Desa Taeng Kecamatan Pallangga Kabupaten Gowa. In *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88–92. <https://doi.org/10.32528/jpmm.v1i2.3981>
- Arkhiansyah, M. T. B. (2021). Penerapan Digital Marketing Melalui Sosial Media Saat Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Pemasaran Syariah Di Grosir Bang Iyuz. In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Aruperes, G. P., Pandey, S. V., & Lalamentik, L. G. J. (2018). Analisis Pergerakan Angkutan Barang Dari Kota Bitung. *Jurnal Sipil Statik*, 6(1), 57–66.
- Az-zahra, N. S. (2021). Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. *NCOINS : National Conference Of Islamic Natural Science*, 77–88. <http://proceeding.iainkudus.ac.id/index.php/NCOINS/index>
- Bakar, A. R. A., & Ahmed, Z. U. (2015). Technology Motivation in E-Marketing Adoption Among Malaysian Manufacturers. *Journal of Transnational Management*, 20(2), 126–152. <https://doi.org/10.1080/15475778.2015.1038949>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: strategy, implementation & practice*. Pearson.
- Chaffey, D., Mayer, R., Johnston, K., & Ellis-Chadwick, F. (2009). *Internet Marketing: Strategy, Implementation, and Practice*. Prentice Hall.
- Chakti, A. G. (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Chandra, A. (2013). Analisis Kinerja Distribusi Logistik Pada Pasokan Barang Dari Pusat Distribusi Ke Gerai Indomaret Di Kota Semarang. In *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Eldahamsheh, M. M., Almomani, H. S. M. A. N. H. M., Bani-Khaled, A. K., Quran, A. Z. A., Al-Hawary, S. I. S., & Mohammad, A. A. S. (2021). Factors Affecting Digital Marketing Success in Jordan. *International Journal of Entrepreneurship*, 25(5), 1939–4675.
- Farahdinna, P. N. (2022). Penerapan strategi digital marketing pada usaha mikro kecil dan menengah sektor kuliner dikota banda aceh berdasarakan perspektif ekonomi islam. In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Faridh, M. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pelaksanaan Kurikulum 2013 Di Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Pekanbaru. In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Hamad, Z. O., Rashid, P. T., & Ahmed, R. H. (2021). The Impact of Information

- and Communication Technology on Marketing Performance: Case Study at the Majid Mall Supermarket at Sulaimania in the Kurdistan Region of Iraq. *Polytechnic Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(2), 31–38. <https://doi.org/10.25156/ptjhss.v2n2y2021.pp31-38>
- Herhausen, D., Miočević, D., Morgan, R. E., & Kleijnen, M. H. P. (2020). The digital marketing capabilities gap. *Industrial Marketing Management*, 90(June), 276–290. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.07.022>
- Hertiwi. (2020). Penerapan Sistem Informasi Manajemen Untuk Peningkatan Produktivitas Kerja Pada Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Lombok Utara. In *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Jain, D. E., & Yadav, A. (2017). Marketing and Technology: Role of Technology in Modern Marketing. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(05), 49–53. <https://doi.org/10.9790/487x-1905064953>
- Jasri, Arfan, N., Hasanuddin, & Hasan., H. A. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 6(2), 212–224. <https://ejournal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/iltizam/article/view/1452>
- Juliandi, A., Irfan, & Saprial, M. (2014). *Metodologi penelitian bisnis konsep dan Aplikasi*. UMSU Press.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Manajemen Pemasaran*. (12th ed.). PT Indeks.
- Kurniasih, N. (2022). Pengaruh Sistem Pelacakan Berbasis Website, Kualitas Layanan Logistik Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada JNE Di Kabupaten Majalengka). *J-AKSI : Jurnal Akuntansi Dan Sistem Informasi*, 3(2). <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jaksi>
- Larasati, T. A., Pradiptya, A., & Mawardani, M. (2022). Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Ayana Store Pati. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(4), 397–402.
- Larici, Y. P., & Abdul, F. W. (2019). Ketepatan Pengaruh Manajemen Logistik Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. Bhinneka Bajas Cabang Cikarang. *Jurnal Logistik Indonesia*, 3(2), 101–110. <https://doi.org/10.31334/logistik.v3i2.616>
- Lukman S. (2021). *Supply Chain Management* (1st ed., Issue 1). CV. Cahaya Bintang Cemerlang.
- Makrides, A., Vrontis, D., & Christofi, M. (2020). The Gold Rush of Digital Marketing: Assessing Prospects of Building Brand Awareness Overseas. *Business Perspectives and Research*, 8(1), 4–20. <https://doi.org/10.1177/2278533719860016>
- Malhotra, N. K. (2010). *Riset Pemasaran (Marketing Research)*. PT. Indeks.
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea

- Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *EMBA*, 10(4), 44–55.
- Mulyati, E., & Hamidin, D. (2022). Pemetaan Layanan Jasa E-Commerce Di Kota Bandung Menggunakan Metode Multidimensional Scaling. *Matrik : Jurnal Manajemen Dan Teknik Industri Produksi*, 23(1), 39–46. <https://doi.org/10.30587/matrik.v23i1.3596>
- Muthoharoh, K. (2019). Sistem informasi manajemen pendidikan di MAN 1 Pringsewu. In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Nasution, A. A. (2014). Analisis Kinerja Pemasaran PT Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 1–14.
- Nurdiana, A. S. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Oleh Pegawai Di Dinas Pendidikan Kota Yogyakarta. In *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nurtirtawaty, I. G. A. S., Murni, N. G. N. S., Bagiastuti, N. K., & Ruki, M. (2021). Digital marketing strategy through mobile application to increase room sales At Ibis Styles Bali Legian Hotel. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 4(2), 93–100. <https://doi.org/10.31940/jasth.v4i2.93-100>
- Paranoan, N., Palalangan, C. A., & Sau, M. (2022). Mengungkap Strategi Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Umkm Produk Kuliner Di Makassar. *Accounting Profession Journal*, 4(1), 61–77. <https://doi.org/10.35593/apaji.v4i1.33>
- Pramudita, A. S., & Dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: J&T Express Dp Padang Sidempuan). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Poltekpos*, 12(1), 1–9.
- Pujawan, I. N., & Mahendrawathi., E. (2017). *Supply Chain Management* (3rd ed.). Andi.
- Purnomo, A. (2020). Perbaikan Proses Kerja Menggunakan Metode Six Sigma Pada Bagian Pemasaran Kantor Pos Bandung. *Jurnal Logistik Bisnis*, 10(02), 46–51. <https://doi.org/10.46369/logistik.v10i02.1123>
- Qin, X., Liu, Z., & Tian, L. (2020). The strategic analysis of logistics service sharing in an e-commerce platform. *Omega*, 92(C). <https://doi.org/10.1016/j.omega.2019.102153>
- Ridwan, I. M., Fauzi, A., Aisyah, I., Susilawati, & Sofyan, I. (2019). Penerapan Digital Marketing Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 137–142.
- Sagita, G., & Wijaya, Z. R. (2022). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Bakmi Tando 07. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(3), 24–31.
- Salim, Z. (2015). *Kesiapan Indonesia Menuju Pasar Tunggal dan Basis Produksi Asean: Sektor Jasa Logistik*. LIPI Press.
- Sanjaya, R., & Tarigan, J. (2009). *Creative digital marketing : Teknologi berbiaya murah, inovatif, dan berdaya hasil gemilang*. Elex Media Komoutindo.

- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 9(7), 2596–2620. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07> ISSN
- Saura, J. R., Palos-Sánchez, P., & Suárez, L. M. C. (2017). Understanding the Digital Marketing Environment with KPIs and Web Analytics. *Future Internet*, 9(4), 1–13. <https://doi.org/10.3390/FI9040076>
- Sirodjudin, M., & Sudarmiati. (2023). Implementasi Digital Marketing Oleh UMKM Di Indonesia: A Scoping Review. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 1–16.
- Sorkun, M. (2019). Factors That Impact the Logistics Service Performance in Online Marketplaces. *Journal of Yasar University*, 14(May), 152–167.
- Sucahyowati, H. (2011). Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management). *GEMA MARITIM*, 13(1), 20–28.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Suharso, P. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : Pendekatan Filosofis dan Praktis*. PT Indeks.
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. PT. Pustakarya.
- Sulaiman, F., & Fitra, N. (2014). Pengukuran Tingkat Penguasaan Teknologi dengan Menggunakan Model Teknologi Gradien pada PT. PDM Indonesia. *Jurnal Teknovasi*, 01(2), 48–61.
- Sulaksono, J., & Zakariah, N. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri Juli. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Sürücü, E., & Özispa, N. (2017). Measuring the Effect of Perceived Logistics Service Quality on Brand Factors in the E-Commerce Context. *Marketing and Branding Research* 4, 112–128.
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kinerja*, 19(1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i1.10207>
- Tehci, A., & Ersoy, Y. (2020). Investigation of Digital Retail Consumer Complaints in The Food Industry During COVID-19: Market Chain Example of Turkey. *The Journal of International Scientific Researches*, 5(Ek), 22–27. <https://doi.org/10.23834/isrjournal.814543>
- Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov*, 9(1), 51–56. <http://ezproxy.leedsbeckett.ac.uk/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=116699220&site=eds-live&scope=site>
- Vasić, N., Kilibarda, M., Andrejić, M., & Jović, S. (2021). Satisfaction is a function of users of logistics services in e-commerce. *Technology Analysis and*

Strategic Management, 33(7), 813–828.
<https://doi.org/10.1080/09537325.2020.1849610>

- Wardhani, A. K., & Romas, A. N. (2022). Analisis Strategi Digital Marketing Di Masa Pandemi Covid-19. *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 4(1), 29–53. <https://doi.org/10.24071/exero.v4i1.5025>
- Yaneman, A. I. C. (2021). Analisis Dimensi Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah Xix Provinsi Sulselbar. In *Skripsi*. Universitas Bosowa.
- Yati, R. (2023). *Survei APJII: Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang*. <https://m.bisnis.com/amp/read/20230308/101/1635219/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- Yohana Walangitan, B., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 511–521.
- Zunnurain, R. A. (2021). Analisis Sistem Informasi Manajemen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pendidikan Madrasah Aliyah Aisyiyah Kota Binjai. In *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



Bandung, 8 Juni 2023

Nomor : 240/PROD4LB-ULBI/SPm/VI/2023
Perihal : Permohonan Ketersediaan Karyawan Dagang Group Indonesia
Sebagai Responden Penelitian

Kepada Yth,
ATT Group
U.P. Bapak Iip Nashrullah
Taman Palem Lestari, Ruko Galaxy, Blok N No. 27, Cengkareng Barat, Kec. Cengkareng
Jakarta 11730

Dengan hormat,

Berkenaan dengan analisis dan pengolahan data yang diperlukan dalam penyusunan laporan penelitian (tugas akhir) mahasiswa Program Studi D4 Logistik Bisnis, bersama ini kami bermaksud menyampaikan surat permohonan izin pengumpulan informasi berupa data primer yang bersumber langsung dari perusahaan bagi mahasiswa kami yang sedang melaksanakan magang di ATT Group sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Beby Rizki Anindia
NPM : 6194004
Unit Magang : Geti Incubator Serpong
Tujuan Pengambilan Data : Analisis Pengaruh Dukungan Layanan Logistik serta *Information and Communication Technology* (ICT) Terhadap Peningkatan Kinerja *Digital Marketing* dengan menggunakan Metode *Multiple Linier Regression Method*
Kebutuhan : Ketersediaan karyawan Dagang Group Indonesia (DGI) untuk menjadi responden.

Demikian permohonan ini disampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya yang baik, serta izin yang diberikan kami ucapkan terima kasih.

Universitas Logistik & Bisnis Internasional,
Ketua Program Studi D4 Logistik Bisnis


Amri Yenuar, S.T., M.MOT.
NIK. 116.86.207

Tembusan:
1. Arsip

UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL
Jl. Sariosih No. 54 Bandung – 40151
Telp. (022) 2009570 Fax. (022) 2009568
Website : <https://www.ulbi.ac.id/>

UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL

Jl. Sariosih No. 54 Bandung – 40151

Telp. (022) 2009570 Fax. (022) 2009568

Website : <https://www.ulbi.ac.id/>



Non-Disclosure Agreement (NDA)

12 Juni 2023

Antara:

Perusahaan : Dagang Group Indonesia

dan

Mahasiswa : Beby Rizki Adinda

Dalam rangka memberikan izin kepada Beby Rizki Adinda untuk melakukan penelitian di Dagang Group Indonesia, kedua belah pihak sepakat untuk menjaga kerahasiaan informasi yang akan diungkapkan dalam penelitian tersebut. Dalam konteks ini, kedua belah pihak setuju untuk mengikat diri dengan ketentuan-ketentuan berikut:

Definisi Informasi Rahasia

- "Informasi Rahasia" merujuk pada segala jenis informasi, baik tertulis maupun tidak tertulis, yang diungkapkan atau diperoleh oleh Beby Rizki Adinda selama penelitian di Dagang Group Indonesia. Informasi Rahasia termasuk, namun tidak terbatas pada, data perusahaan, informasi pelanggan, informasi produk, strategi bisnis, proses produksi, rencana pengembangan, dan informasi yang dianggap oleh Dagang Group Indonesia sebagai informasi yang perlu dijaga kerahasiaannya.
- Informasi Rahasia juga mencakup segala bentuk data, ide, konsep, desain, prototipe, dan informasi lain yang diklasifikasikan sebagai rahasia oleh Dagang Group Indonesia.

Kewajiban Kerahasiaan

- Beby Rizki Adinda wajib menjaga kerahasiaan Informasi Rahasia yang diperoleh dari Dagang Group Indonesia. Beby Rizki Adinda tidak akan menggunakan, mengungkapkan, atau memberikan akses kepada pihak ketiga terhadap Informasi Rahasia tanpa izin tertulis dari Dagang Group Indonesia.
- Beby Rizki Adinda wajib menjaga Informasi Rahasia dengan tingkat kehati-hatian dan tindakan yang sesuai, untuk mencegah akses, penggunaan, atau pengungkapan yang tidak sah.

Keterbatasan Penggunaan

- Informasi Rahasia yang diperoleh oleh Beby Rizki Adinda hanya dapat digunakan dalam lingkup penelitian yang telah disepakati.
- Beby Rizki Adinda dilarang menggunakan Informasi Rahasia untuk keuntungan pribadi atau komersial tanpa izin tertulis dari Dagang Group Indonesia.



PT GLOBAL EDUKASI TALENTA INKUBATOR
Great Western City UG Floor Jl. MH. Thamrin Km 2,7
Kebon Nanas, Panunggagan Utara, Kec. Pinang,
Kota Tangerang, Banten 15143
+62 21 50 835 035



Durasi dan Pengakhiran

- Ketentuan kerahasiaan ini tetap berlaku selama waktu penelitian berlangsung dan akan berakhir setelah Dagang Group Indonesia memberikan pemberitahuan tertulis tentang pengakhiran NDA ini.
- Ketentuan kerahasiaan ini akan tetap berlaku selama jangka waktu oleh Dagang Group Indonesia untuk melindungi Informasi Rahasia.

Penggantian dan Pengembalian

- Beby Rizki Adinda setuju untuk mengembalikan atau menghancurkan semua salinan Informasi Rahasia yang diterima setelah penelitian selesai atau permintaan dari Dagang Group Indonesia.
- Beby Rizki Adinda setuju untuk memberikan bukti tertulis tentang pengembalian atau penghancuran Informasi Rahasia yang telah dilakukan.

Penyelesaian Sengketa

- Setiap sengketa atau perselisihan yang timbul terkait dengan NDA ini akan diselesaikan melalui negosiasi antara kedua belah pihak.
- Apabila penyelesaian melalui negosiasi tidak memungkinkan, sengketa atau perselisihan tersebut akan dirujuk ke pengadilan yang berwenang di Tangerang sesuai dengan hukum yang berlaku.

Penandatanganan NDA ini menegaskan kesepakatan dan komitmen kedua belah pihak dalam menjaga kerahasiaan Informasi Rahasia. NDA ini menggantikan dan mengatasi semua perjanjian sebelumnya, baik secara lisan maupun tertulis, terkait dengan informasi yang diungkapkan dalam penelitian ini.

Perusahaan :

Dagang Group Indonesia

Mahasiswa :

Beby Rizki Adinda



PT GLOBAL EDUKASI TALENTA INKUBATOR
Great Western City UG Floor Jl. MH. Thamrin Km 2,7
Kebon Nanas, Panunggangan Utara, Kec. Pinang,
Kota Tangerang, Banten 15143
+62 21 50 835 035

Lampiran 2 Data Penjualan Produk Alat Lukis

1. Data Penjualan Produk Alat Lukis Klien di Website

Tanggal Pesanan	Pesanan	Website	Nama Produk Di Berditari
Thursday, November 17, 2022	1	BERDITARI	Lyra Modello brown, 45%
Thursday, November 17, 2022	1	BERDITARI	das white 1kg,
Thursday, November 17, 2022	1	BERDITARI	Das Modelling, 500g
Thursday, November 24, 2022	1	BERDITARI	das white 500g
Wednesday, February 8, 2023	1	BERDITARI	lyra modello 10 col
Wednesday, February 8, 2023	1	BERDITARI	das white 1kg
Wednesday, February 8, 2023	1	BERDITARI	lyra sketch book A4
Wednesday, February 8, 2023	1	BERDITARI	lyra refill sketch book A4,
Wednesday, February 8, 2023	1	BERDITARI	lyra modello 10 col
Wednesday, February 8, 2023	1	BERDITARI	das white 1kg
Wednesday, February 8, 2023	1	BERDITARI	das white 1kg

2. Data Penjualan Produk Alat Lukis Klien di Shopee

Bulan	Pesanan Berhasil	Pesanan Dibatalkan	Total Pesanan
Januari 2022	13	6	19
Februari 2022	31	43	74
Maret 2022	15	19	34
April 2022	12	21	33
Mei 2022	3	3	6
Juni 2022	19	13	32
Juli 2022	22	7	29
Agustus 2022	21	5	26
September 2022	41	28	69
Oktober 2022	55	11	66
November 2022	98	64	162
Desember 2022	44	16	60
Januari 2023	41	17	58
Februari 2023	27	21	48
Maret 2023	38	2	40

3. Data Penjualan Produk Alat Lukis Klien di Website

Bulan	Pesanan Berhasil	Pesanan Dibatalkan	Total Pesanan
Januari 2022	16	15	31
Februari 2022	34	35	69
Maret 2022	18	15	33
April 2022	26	23	49

Mei 2022	15	25	40
Juni 2022	13	43	56
Juli 2022	13	6	19
Agustus 2022	26	25	51
September 2022	39	35	74
Oktober 2022	88	122	210
November 2022	32	23	55
Desember 2022	58	40	98
Januari 2023	74	85	159
Februari 2023	30	18	48
Maret 2023	53	20	73

Lampiran 3 Kuesioner Pengambilan Data Penelitian

KUESIONER

PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) DAN LAYANAN LOGISTIK DALAM PENINGKATAN KINERJA *DIGITAL* MARKETING PADA DAGANG GROUP INDONESIA

I. Pengantar

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Karyawan Dagang Group Indonesia

Di tempat.

Dengan hormat, Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan untuk menyelesaikan Pendidikan Program Studi Sarjana Terapan Logistik Bisnis di Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, saya sangat mengharapkan Bapak/Ibu bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner di bawah ini terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), layanan logistik dan kinerja *digital marketing* secara objektif sesuai dengan apa yang Bapak/Ibu alami atau rasakan sebagai Karyawan Dagang Group Indonesia. Perlu Bapak/Ibu ketahui bahwa keberhasilan penelitian ini sangat tergantung dari partisipasi Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner. Kuesioner ini tidak akan memberikan dampak negatif atau risiko kepada Bapak/Ibu, karena semata-mata hanya digunakan sebagai bahan penelitian penyusunan skripsi.

Atas kesediaan Bapak/Ibu yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Beby Rizki Adinda

II. Identitas Peneliti

1. Nama : Beby Rizki Adinda
2. NPM : 6194004

III. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia (Tahun) :
4. Pendidikan terakhir :
5. Jabatan (Posisi) :

IV. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan membubuhkan tanda (√) pada kolom yang sesuai dengan apa yang anda alami dan rasakan mengenai Pengaruh Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan Layanan Logistik Dalam Peningkatan Kinerja Digital Marketing.

Keterangan :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

V. Daftar Pertanyaan

No	Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) (X1)	Keterangan				
		STS	TS	N	S	SS
Perangkat keras komputer (<i>Hardware</i>) (X11)						
1.	<i>Hardware</i> untuk bekerja sesuai dengan kebutuhan dan spesifikasi yang tepat					
2.	<i>Hardware</i> yang digunakan menunjang dan mempermudah kinerja harian					
3.	<i>Hardware</i> dapat membantu untuk menginput dan mengelola data					
Perangkat lunak komputer (<i>Software</i>) (X12)						
4.	<i>Software</i> yang disediakan perusahaan mempermudah pekerjaan					
5.	Aplikasi/ <i>software</i> yang digunakan lebih dari satu sehingga dapat mempermudah pekerjaan					
Jaringan komunikasi (X13)						
6.	Dukungan jaringan komunikasi digital memperlancar kegiatan operasional perusahaan					
7.	Dukungan jaringan komunikasi digital dapat membantu dalam mempermudah komunikasi dengan pelanggan maupun klien.					
8.	Jaringan komunikasi digital memiliki kehandalan yang tinggi					
Database (X14)						
9.	Database yang digunakan dapat membantu untuk menyimpan data atau informasi bisnis					
10.	Database perusahaan telah terintegrasi					

11.	Database perusahaan tersimpan dengan aman					
-----	---	--	--	--	--	--

No	Layanan logistik (X2)	Keterangan				
		STS	TS	N	S	SS
Timeliness (Ketepatan Waktu) (X21)						
12.	Pengiriman barang pesanan pelanggan oleh jasa logistik tepat waktu					
13.	Jarang menerima komplain dari pelanggan atas pengiriman barang yang terlambat					
Accuracy of Order (Ketepatan Order) (X22)						
14.	Kondisi barang pesanan pelanggan tidak rusak selama pengiriman oleh jasa logistik					
15.	Jarang menerima komplain dari pelanggan atas kerusakan barang akibat pengiriman oleh jasa logistik					
Quality of Information (Kualitas Informasi) (X23)						
16.	Informasi yang diberikan oleh jasa logistik akurat					
17.	Barang pesanan pelanggan bisa dilacak keberadaannya					
18.	Dapat mengetahui nama kurir yang membawa barang pesanan pelanggan					
19.	Dapat dengan mudah mengetahui informasi layanan konsumen jika terjadi masalah					
Order Discrepancy Handling (Penanganan Masalah) (X24)						
20.	Perusahaan jasa logistik bertanggung jawab dan menangani dengan baik jika terjadi kerusakan paket, kesalahan pengiriman barang, dsb.					
21.	Perusahaan jasa logistik menyediakan jaminan perlindungan paket berupa asuransi					

22.	Informasi didapatkan langsung dari perusahaan jasa logistik jika terjadi kegagalan pengantaran paket pesanan pelanggan					
-----	--	--	--	--	--	--

No	Kinerja <i>Digital Marketing</i> (Y)	Keterangan				
		STS	TS	N	S	SS
Peningkatan Penjualan (Y1)						
23.	Pendapatan penjualan mengalami kenaikan dari tahun ke tahun					
24.	Target penjualan selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya					
Peningkatan Kesadaran Pelanggan akan Merek (Brand) (Y2)						
25.	Kesadaran pelanggan akan merek membuat pelanggan melakukan pembelian ulang					
26.	Peningkatan kesadaran pelanggan akan merek menunjukkan bertambahnya jumlah pelanggan					
Peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y3)						
27.	Tidak pernah menerima keluhan dari konsumen atas produk yang dibeli					
28.	Pelanggan yang puas menghasilkan pertumbuhan pelanggan					

Lampiran 4 Responden Penelitian

No	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir
1	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
2	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
3	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
4	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
5	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
6	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
7	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
8	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
9	Wanita	18-30	Pasca Sarjana (S2)
10	Pria	18-30	SMA/SMK
11	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
12	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
13	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
14	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
15	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
16	Wanita	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
17	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
18	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
19	Wanita	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
20	Wanita	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
21	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
22	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
23	Wanita	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
24	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
25	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
26	Pria	31-45	Pasca Sarjana (S2)
27	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)

28	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
29	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
30	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
31	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
32	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
33	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
34	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
35	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
36	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
37	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
38	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
39	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
40	Wanita	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
41	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
42	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
43	Wanita	46-60	Diploma/ Sarjana (S1)
44	Wanita	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
45	Wanita	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
46	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
47	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
48	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
49	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
50	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
51	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
52	Pria	46-60	Diploma/ Sarjana (S1)
53	Pria	46-60	Diploma/ Sarjana (S1)
54	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
55	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
56	Pria	46-60	Diploma/ Sarjana (S1)
57	Pria	18-30	Pasca Sarjana (S2)
58	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)

59	Wanita	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
60	Pria	46-60	Diploma/ Sarjana (S1)
61	Wanita	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
62	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)
63	Pria	18-30	Diploma/ Sarjana (S1)
64	Pria	31-45	Diploma/ Sarjana (S1)

Lampiran 5 Data Ordinal Kuesioner Penelitian

1. Variabel Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) (X1)

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1 TOTAL
1	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	52
2	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	51
3	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	50
4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	52
5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	49
6	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	52
7	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	52
8	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	53
9	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	48
10	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	48
11	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	53
12	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	46
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	52
14	5	5	5	3	4	4	4	3	4	3	5	45
15	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4	49
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55

17	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	49
18	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	51
19	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	52
20	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	50
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
23	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	48
24	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	49
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
27	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	52
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
31	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	48
32	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	47
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
34	5	5	4	5	5	4	3	3	5	5	5	49
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
36	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	49
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
38	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	5	44
39	3	4	3	4	5	4	4	2	4	4	4	41
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55

41	5	5	5	3	4	5	4	3	5	4	4	47
42	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	52
43	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	49
44	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	50
45	5	4	4	3	4	5	4	4	5	3	5	46
46	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	47
47	3	3	4	4	5	4	4	4	5	5	5	46
48	4	5	3	5	5	3	5	5	4	3	5	47
49	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	48
50	5	5	5	3	5	2	5	2	4	3	5	44
51	3	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	48
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
54	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	42
55	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	47
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
57	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
59	3	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	48
60	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	48
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
62	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	48
63	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	51
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55

2. Variabel Layanan Logistik (X2)

NO	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	X2.19	X2.20	X2.21	X2.22	X2 TOTAL
1	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	48
2	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	42
3	4	3	4	3	3	4	4	5	3	3	4	40
4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	41
5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	45
6	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	43
7	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	44
8	4	2	3	3	3	4	5	3	2	3	5	37
9	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	37
10	4	4	4	3	4	5	5	4	4	3	3	43
11	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	49
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
13	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	3	44
14	4	4	3	3	3	5	5	3	3	3	3	39
15	4	5	4	5	3	5	5	4	4	3	5	47
16	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	41
17	5	4	5	5	4	5	5	4	3	3	3	46
18	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	46
19	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	49

20	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	52
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
24	3	3	3	3	5	5	5	4	5	5	5	46
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
26	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5	46
27	5	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	46
28	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	50
29	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	37
30	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	48
31	3	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	47
32	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	51
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
35	4	2	3	3	3	4	5	5	3	3	2	37
36	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	53
37	4	5	4	4	3	3	5	3	3	3	3	40
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
39	3	5	3	5	3	4	4	3	4	3	3	40
40	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	44
41	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	50
42	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	43
43	4	5	3	5	5	4	4	5	3	5	3	46

44	3	4	3	3	5	4	5	5	4	3	3	42
45	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	44
46	5	3	5	4	5	5	3	5	2	4	4	45
47	5	3	3	3	4	5	4	5	3	4	5	44
48	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	37
49	4	2	4	4	2	5	5	3	2	5	4	40
50	3	2	4	3	3	5	5	3	2	3	2	35
51	3	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	41
52	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	4	43
53	2	3	4	3	3	5	5	5	2	5	5	42
54	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	44
55	4	3	3	3	4	5	5	2	3	2	4	38
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
57	2	3	3	3	2	4	4	2	2	3	1	29
58	5	3	3	3	4	4	4	3	5	3	3	40
59	5	3	4	3	3	5	5	5	3	3	3	42
60	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	50
61	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	52
62	5	5	4	4	3	5	3	5	3	4	2	43
63	4	5	4	3	3	5	4	4	4	4	5	45
64	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	3	44

3. Variabel Kinerja *Digital Marketing* (Y)

NO	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	Y TOTAL
1	5	5	5	5	4	5	29
2	5	5	5	5	4	5	29
3	5	5	5	5	4	4	28
4	5	5	4	4	5	5	28
5	5	5	5	5	4	5	29
6	5	5	5	5	3	5	28
7	5	5	4	4	3	5	26
8	5	4	4	4	2	5	24
9	5	4	5	5	3	5	27
10	5	5	4	4	3	5	26
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	5	5	4	5	29
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	4	5	29
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	5	4	5	29
20	5	5	5	4	4	5	28
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	3	5	28
25	5	5	5	5	4	5	29
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	5	5	5	30
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	5	5	4	5	29
32	5	4	4	3	3	5	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	5	5	5	3	5	28
36	5	5	4	4	5	4	27
37	5	5	5	5	3	5	28

38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	5	5	5	30
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	5	4	4	4	4	26
42	5	4	5	4	4	5	27
43	5	4	5	4	5	5	28
44	4	5	4	4	4	5	26
45	4	5	3	4	4	5	25
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	5	4	4	5	5	28
48	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	4	4	3	5	26
50	5	5	4	4	4	4	26
51	5	5	4	3	3	4	24
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	5	5	5	5	30
55	5	5	5	5	5	5	30
56	5	5	5	5	5	5	30
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	5	3	5	28
60	5	5	3	3	4	4	24
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	5	4	4	4	4	26
64	5	5	5	5	5	5	30

Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) (X1)

Uji Validitas

Correlations													
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1 TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,475**	,462**	,141	-,045	,070	,229	,148	,098	,069	,005	,417**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,268	,727	,584	,068	,243	,442	,586	,966	,001
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.2	Pearson Correlation	,475**	1	,533**	,210	,041	,135	,277*	,157	,027	,009	,183	,461**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,096	,749	,286	,026	,214	,835	,944	,149	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.3	Pearson Correlation	,462**	,533**	1	,054	,077	,150	,235	,184	,252*	,227	,142	,525**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,674	,543	,236	,062	,146	,045	,071	,263	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.4	Pearson Correlation	,141	,210	,054	1	,409**	,340**	,277*	,450**	,355**	,332**	,252*	,605**
	Sig. (2-tailed)	,268	,096	,674		,001	,006	,027	,000	,004	,007	,044	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.5	Pearson Correlation	-,045	,041	,077	,409**	1	,058	,408**	,358**	,271*	,479**	,309*	,500**
	Sig. (2-tailed)	,727	,749	,543	,001		,651	,001	,004	,031	,000	,013	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.6	Pearson Correlation	,070	,135	,150	,340**	,058	1	,212	,494**	,337**	,335**	,117	,541**

	Sig. (2-tailed)	,584	,286	,236	,006	,651		,093	,000	,006	,007	,356	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.7	Pearson Correlation	,229	,277*	,235	,277*	,408**	,212	1	,592**	,395**	,312*	,263*	,650**
	Sig. (2-tailed)	,068	,026	,062	,027	,001	,093		,000	,001	,012	,036	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.8	Pearson Correlation	,148	,157	,184	,450**	,358**	,494**	,592**	1	,425**	,439**	,368**	,755**
	Sig. (2-tailed)	,243	,214	,146	,000	,004	,000	,000		,000	,000	,003	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.9	Pearson Correlation	,098	,027	,252*	,355**	,271*	,337**	,395**	,425**	1	,625**	,380**	,656**
	Sig. (2-tailed)	,442	,835	,045	,004	,031	,006	,001	,000		,000	,002	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.10	Pearson Correlation	,069	,009	,227	,332**	,479**	,335**	,312*	,439**	,625**	1	,438**	,686**
	Sig. (2-tailed)	,586	,944	,071	,007	,000	,007	,012	,000	,000		,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.11	Pearson Correlation	,005	,183	,142	,252*	,309*	,117	,263*	,368**	,380**	,438**	1	,522**
	Sig. (2-tailed)	,966	,149	,263	,044	,013	,356	,036	,003	,002	,000		,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1_TO TAL	Pearson Correlation	,417**	,461**	,525**	,605**	,500**	,541**	,650**	,755**	,656**	,686**	,522**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64

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

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	64	54,2
	Excluded ^a	54	45,8
	Total	118	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,798	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	45,48	13,016	,280	,799
X1.2	45,55	12,982	,345	,792
X1.3	45,64	12,297	,382	,790
X1.4	45,69	11,964	,481	,779
X1.5	45,41	13,134	,413	,787
X1.6	45,67	12,351	,411	,786
X1.7	45,63	12,175	,558	,772
X1.8	46,02	10,492	,637	,759
X1.9	45,55	12,220	,569	,772
X1.10	45,88	11,127	,557	,770
X1.11	45,53	12,856	,422	,786

2. Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel

Uji Validitas

Correlations													
		X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	X2.16	X2.17	X2.18	X2.19	X2.20	X2.21	X2.22	X2 TOTAL
X2.12	Pearson Correlation	1	,392**	,517**	,435**	,466**	,251*	,060	,424**	,335**	,113	,288*	,615**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000	,000	,046	,639	,000	,007	,373	,021	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.13	Pearson Correlation	,392**	1	,462**	,678**	,396**	,093	,039	,336**	,470**	,208	,154	,624**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,001	,467	,759	,007	,000	,099	,225	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.14	Pearson Correlation	,517**	,462**	1	,626**	,361**	,299*	,171	,486**	,311*	,320**	,297*	,688**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,003	,016	,177	,000	,012	,010	,017	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.15	Pearson Correlation	,435**	,678**	,626**	1	,385**	,210	,234	,323**	,363**	,262*	,230	,679**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,002	,095	,063	,009	,003	,036	,068	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.16	Pearson Correlation	,466**	,396**	,361**	,385**	1	,233	,100	,480**	,492**	,364**	,408**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,003	,002		,064	,433	,000	,000	,003	,001	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.17	Pearson Correlation	,251*	,093	,299*	,210	,233	1	,460**	,371**	,114	,328**	,337**	,499**
	Sig. (2-tailed)	,046	,467	,016	,095	,064		,000	,003	,369	,008	,007	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64

X2.18	Pearson Correlation	,060	,039	,171	,234	,100	,460**	1	,170	,227	,087	,247*	,371**
	Sig. (2-tailed)	,639	,759	,177	,063	,433	,000		,180	,071	,493	,049	,003
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.19	Pearson Correlation	,424**	,336**	,486**	,323**	,480**	,371**	,170	1	,332**	,416**	,383**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,000	,009	,000	,003	,180		,007	,001	,002	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.20	Pearson Correlation	,335**	,470**	,311*	,363**	,492**	,114	,227	,332**	1	,446**	,411**	,683**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,012	,003	,000	,369	,071	,007		,000	,001	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.21	Pearson Correlation	,113	,208	,320**	,262*	,364**	,328**	,087	,416**	,446**	1	,585**	,625**
	Sig. (2-tailed)	,373	,099	,010	,036	,003	,008	,493	,001	,000		,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.22	Pearson Correlation	,288*	,154	,297*	,230	,408**	,337**	,247*	,383**	,411**	,585**	1	,661**
	Sig. (2-tailed)	,021	,225	,017	,068	,001	,007	,049	,002	,001	,000		,000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2_TO TAL	Pearson Correlation	,615**	,624**	,688**	,679**	,695**	,499**	,371**	,695**	,683**	,625**	,661**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000	,000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64

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

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	64	54,2
	Excluded ^a	54	45,8
	Total	118	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,842	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.12	39,89	26,512	,521	,829
X2.13	40,17	25,795	,514	,830
X2.14	40,06	26,377	,616	,823
X2.15	40,11	25,877	,594	,823
X2.16	40,11	25,496	,607	,822
X2.17	39,48	28,158	,413	,837
X2.18	39,45	28,855	,265	,846
X2.19	39,84	24,896	,595	,822
X2.20	40,30	24,815	,576	,824
X2.21	40,25	25,841	,517	,829
X2.22	40,17	24,526	,535	,829

3. Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel

Uji Validitas

Correlations								
		Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	Y_TOTA L
Y23	Pearson Correlation	1	,323**	,473**	,291*	,100	,267*	,467**
	Sig. (2-tailed)		,009	,000	,020	,432	,033	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y24	Pearson Correlation	,323**	1	,185	,394**	,322**	,146	,514**
	Sig. (2-tailed)	,009		,144	,001	,010	,249	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y25	Pearson Correlation	,473**	,185	1	,852**	,369**	,546**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	,144		,000	,003	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y26	Pearson Correlation	,291*	,394**	,852**	1	,414**	,534**	,870**
	Sig. (2-tailed)	,020	,001	,000		,001	,000	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y27	Pearson Correlation	,100	,322**	,369**	,414**	1	,157	,712**
	Sig. (2-tailed)	,432	,010	,003	,001		,217	,000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y28	Pearson Correlation	,267*	,146	,546**	,534**	,157	1	,591**
	Sig. (2-tailed)	,033	,249	,000	,000	,217		,000
	N	64	64	64	64	64	64	64
Y_T OTA L	Pearson Correlation	,467**	,514**	,839**	,870**	,712**	,591**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	64	64	64	64	64	64	64

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

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	64	54,2
	Excluded ^a	54	45,8
	Total	118	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,736	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y23	23,41	3,610	,364	,734
Y24	23,45	3,458	,385	,726
Y25	23,64	2,520	,727	,618
Y26	23,70	2,339	,763	,598
Y27	24,03	2,348	,399	,778
Y28	23,48	3,301	,458	,710

Lampiran 7 Hasil Output Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,91159900
Most Extreme Differences	Absolute	,155
	Positive	,055
	Negative	-,155
Test Statistic		,001
Asymp. Sig. (2-tailed)		,155 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

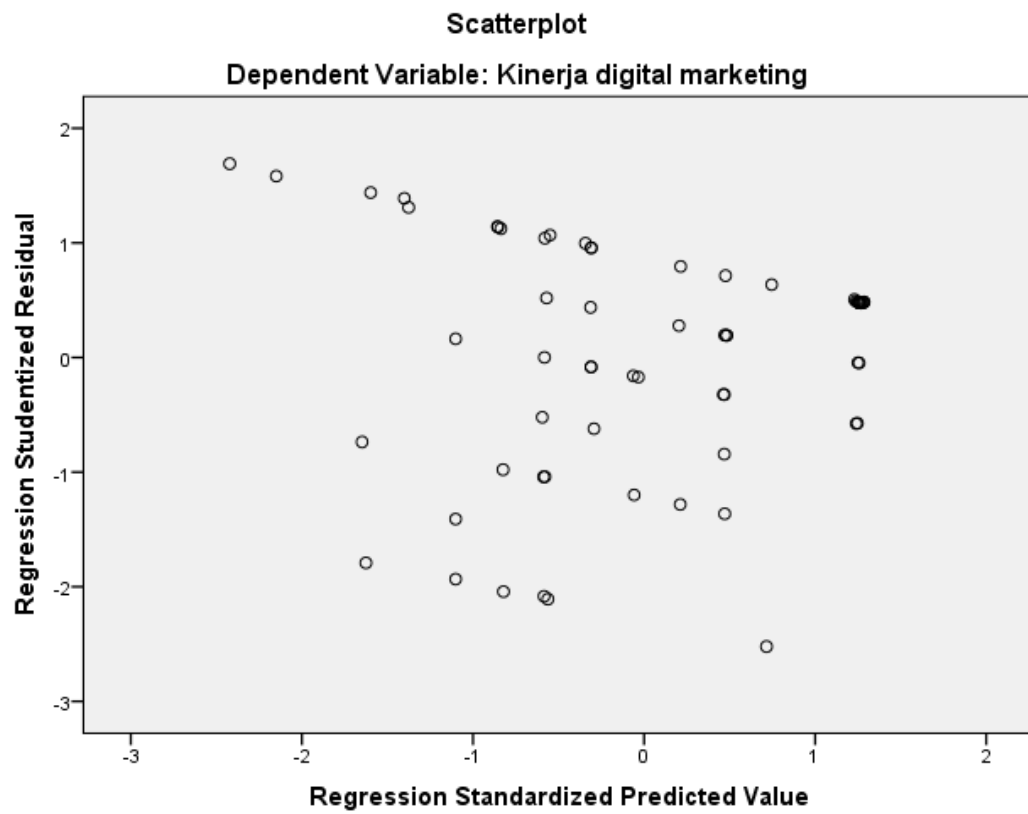
c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	20,463	3,618		5,655	,000		
	Teknologi informasi dan komunikasi (TIK)	,156	,065	,296	2,411	,019	,990	1,010
	Layanan logistik	,001	,044	,004	,034	,973	,990	1,010

a. Dependent Variable: Kinerja digital marketing

3. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8 Hasil Output Uji Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Layanan logistik, Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kinerja digital marketing

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,297 ^a	,088	,058	1,943

a. Predictors: (Constant), Layanan logistik, Teknologi informasi dan komunikasi (TIK)

b. Dependent Variable: Kinerja digital marketing

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22,222	2	11,111	2,944	,060 ^b
	Residual	230,215	61	3,774		
	Total	252,437	63			

a. Dependent Variable: Kinerja digital marketing

b. Predictors: (Constant), Layanan logistik, Teknologi informasi dan komunikasi (TIK)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20,463	3,618		5,655	,000
	Teknologi informasi dan komunikasi (TIK)	,156	,065	,296	2,411	,019
	Layanan logistik	,001	,044	,004	,034	,973

a. Dependent Variable: Kinerja digital marketing