

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. (2024). *Internet Indonesia*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://survei.apjii.or.id/>
- Badan Pusat Statistik Kota Cilegon. (2019). *Cibeber Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kota Cilegon.
- Cahya, A. D., Aminah, A., Rinaja, A. F., & Adelin, N. (2021). Pengaruh Penjualan Online di masa Pandemi Coviv-19 terhadap UMKM Menggunakan metode Wawancara. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 857–863. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.407>
- Candra Fatimah, D., & Rani Desmawati, D. (2019). Pengaruh Pemasaran Langsung Terhadap Perilaku Konsumen Bisnis Menggunakan Meeting Package Di Grand Tjokro Hotel Bandung. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 96–110. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.123>
- Elliyana, E. dkk. (2022). *Dasar-dasar Pemasaran* (Y. Umayu (ed.); 1st ed., Vol. 1). Ahlimedia press.
- Fatari, F., Yolandanani, F., Silpia, B., Ernawati, E., Irawan, A. P., & Salwa, N. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Bidang Ekonomi Melalui Umkm Gipang Singkong Tiga Dara Di Kelurahan Bulakan Cibeber Kota Cilegon. *Indonesian Collaboration Journal of Community Services (ICJCS)*, 3(3), 239–247. <https://doi.org/10.53067/icjcs.v3i3.129>
- Haeruddin, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Peran Media Sosial dan E-Commerce bagi UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jesya*, 6(1), 625–637. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.962>
- Handayani, B. F. (2020). *Analisis Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Penjualan UMKM* (Vol. 21, Issue 1).
- Hariawan, A. (2019). *Pengembangan dan Analisis Kelayakan media Pembelajaran Berbasis Adobe Flash Professional CS6 Pada kelas Multimedia Mata Pelajaran Teknik Pengambilan Gambar Produksi di SMK Muhammadiyah 1 Bambanglipuro*. [https://eprints.uny.ac.id/64485/5/Skripsi_ArisHariawan_12520241050_BAB III.pdf](https://eprints.uny.ac.id/64485/5/Skripsi_ArisHariawan_12520241050_BABIII.pdf)
- Hastuti, P., & dkk. (2021). Kewirausahaan Dan Umkm. In *Yayasan Kita Menulis*.
- Hendrawan, A., Sucahyowati, H., Cahyandi, K., Indriyani, & Rayendra, A. (2019). Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk Umkm Asti

- Gauri Di Kecamatan Bantarsari Cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarian*, 4(1), 50-6q.
- Hoffman, D. W. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati (ed.); 1st ed.). Pradina Pustaka.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN Principle of Marketing*. Erlangga.
- Mutianingrum, R. A. (2019). Penjualan Via Platform Online Marketplace Dan Pengaruhnya Terhadap Pendapatan Pelaku Ukm. *Jurnal Ilmiah*.
- Nurmalia, G., Mutiasari Nur Wulan, & Zathu Restie Utamie. (2024). Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Rekoginisi Ekonomi Islam*, 3(01), 22–32. <https://doi.org/10.34001/jrei.v3i01.846>
- Poluan, F. M. A., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2019). Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2969–2978.
- Rahmawati, S. D. (2021). Pengaruh Media Sosial Seorang Influencer Dalam Meningkatkan Penjualan Melalui E-Commerce. *National Conference Of Islamic Natural Science*, 20, 281–294.
- Reken, F., Modding, B., & Dewi, R. (2024). Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar. *Tata Kelola*, 11(1), 49–61.
- Semasinghe, W. (2019). *Non- Probability Sampling Methods* (W. Semasinghe (ed.); 1st ed.). Economics.
- Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*, 2(2), 1–11.
- Sudartono, T., Nugroho, H., Irwanto, I., Agustini, I. G. A. A., Yudawisastra, H. G., Maknunah, L. U., Amaria, H., Witi, F. L., Nuryanti, N., & Sudirman, A. (2022). Kewirausahaan Umkm Di Era Digital. In *Cv Widina Media Utama*.
- Sugandini, D. (2019). Pemasaran Digital : Adopsi Media Sosial Pada Ukm. In I. Aziz (Ed.), *Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia* (1st ed., Vol. 27, Issue 1). Zahir Publishing.
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>

Wibowo, B. Y., & Arrezqi, M. (2023). Digital Marketing of Brand Awareness (At Daikin Kota Semarang). *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(2), 161–170. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i2.3755>

LAMPIRAN

KUISIONER

Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Tingkat Pendidikan : SD/SMP/SMA/Diploma/Strata
4. Pekerjaan Utama :
5. Pekerjaan Sampingan :
6. Jml Anggota Kel :
7. Nama Usaha :
8. Alamat Usaha :
9. Jenis Sosial Media Yang Digunakan :
IG/Shopee/Tokopedia/Tiktok/dll.....
10. User Name / Nama Toko Online :

Petunjuk Umum

1. Isilah identitas responden yang tersedia sesuai dengan data pribadi anda
2. Pertanyaan di bawah ini dilakukan dalam rangka penelitian
3. Sebelum menjawab pertanyaan, baca terlebih dahulu keterangan yang ada
4. Lingkari opsi yang anda pilih
5. Beri tanda centang pada pertanyaan yang anda pilih (√)
6. Tidak ada jawaban benar atau salah

Pertanyaan Terkait Jangkauan Pasar:

No	Pertanyaan	TS	KS	S
1	Digitalisasi penting bagi UMKM agar dapat mengakses pasar yang lebih luas			
2	Pemasaran melalui laman digital atau <i>website</i> memperluas jangkauan pasar UMKM			
3	Implementasi <i>e-commerce</i> atau toko online dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam memasarkan produknya			
4	Penjualan online memungkinkan UMKM untuk melakukan pemasaran yang lebih efektif dan terarah			
5	UMKM dapat menarik lebih banyak pelanggan dengan memanfaatkan penjualan online			
6	Konten video dan foto yang menarik dapat membantu UMKM membangun koneksi dengan <i>customers</i> dan memperluas jangkauan pasar			
7	Jangkauan pasar yang lebih besar melalui penjualan online meningkatkan peluang kolaborasi dengan bisnis lain			
8	Sosial media dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar			
9	Penjualan online memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan di berbagai daerah, tidak hanya lokal			

10	Dengan penjualan online, UMKM dapat mengurangi ketergantungan pada pasar lokal			
11	Jangkauan pasar yang lebih besar meningkatkan peluang UMKM untuk menjual produk secara terus menerus			
12	Melalui penjualan online, UMKM dapat lebih mudah mengetahui segmen pasar			
13	Jangkauan pasar yang lebih luas dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang lebih besar			
14	Jangkauan pasar yang lebih luas melalui penjualan online meningkatkan kesadaran merek (<i>Brand Awareness</i>) UMKM			
15	Jangkauan pasar yang lebih luas membantu UMKM dalam mengatasi fluktuasi permintaan			

Pertanyaan Terkait Efisiensi Operasional:

No	Pertanyaan	TS	KS	S
1	UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan menggunakan penjualan online			
2	Dengan penjualan online, UMKM dapat meningkatkan produktivitas produsen melalui pengelolaan yang lebih efektif dan efisien			
3	Efisiensi operasional dapat mengurangi beban operasional UMKM			
4	Penggunaan sosial media dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional			

5	Meningkatkan layanan pelanggan dapat membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional			
6	Penjualan online membantu UMKM mengurangi biaya operasional dibandingkan dengan penjualan offline			
7	Penjualan online memungkinkan UMKM untuk mengurangi waktu yang dihabiskan untuk proses penjualan			
8	UMKM dapat lebih cepat merespons permintaan pelanggan melalui penjualan online			
9	Dengan penjualan online, UMKM dapat mengurangi biaya sewa tempat usaha			
10	UMKM yang menggunakan penjualan online dapat mengurangi biaya tenaga kerja dalam proses penjualan			
11	Dengan penjualan online, UMKM dapat mengakses berbagai alat dan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional			
12	Penjualan online meningkatkan efisiensi dalam pengumpulan dan pengelolaan umpan balik pelanggan			
13	Melalui pemasaran online, UMKM dapat mengelola penjualan secara otomatis			
14	UMKM yang memasarkan produk secara online dapat lebih mudah mengelola pengiriman			
15	Kerja sama dengan pemasok dan mitra usaha dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM			

Pertanyaan Terkait Peningkatan Penjualan:

No	Pertanyaan	TS	KS	S
1	Penjualan online meningkatkan akses pasar bagi UMKM			
2	Penggunaan media sosial efektif dalam mempromosikan produk UMKM			
3	Penjualan online memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan di luar daerah lokal			
4	Pemasaran online lebih efisien dibandingkan dengan pemasaran tradisional			
5	Penjualan online memungkinkan UMKM untuk melakukan promosi dengan biaya rendah			
6	Penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan daya saing UMKM			
7	Penjualan online memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berinovasi dalam produk dan layanan			
8	Keamanan transaksi online cukup baik untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha			
9	Penjualan online membantu mempercepat proses transaksi antara pembeli dan penjual			
10	Penjualan online membantu UMKM dalam meningkatkan omset			
11	Penjualan online memungkinkan UMKM menjual produk tanpa batasan geografis			

12	Penjualan melalui platform digital memberikan keuntungan kompetitif bagi pelaku usaha kecil dibandingkan pesaing tradisional			
13	Media sosial menjadi alat utama dalam memperkenalkan produk UMKM			
14	Promosi di media sosial efektif dalam menarik pelanggan baru			
15	Penjualan online mempermudah UMKM mendapatkan feedback dari pelanggan			

Dokumentasi Lapangan





Tabulasi Data

IDENTITAS RESPONDEN										
No	Nama	Umur (Thn)	Tingkat Pendidikan	Pekerjaan Utama	Pekerjaan Sampingan	Jml Anggota Keluarga (Org)	Nama Usaha	Alamat Usaha	Jenis Sosmed	Username
1	Aminah	37	SMA	IRT	Wirausaha	2	Ngemil Yuk	Kel. Bulakan	Whatsapp	
2	Novi Rahmawati	32	SMA	IRT	Wirausaha	3	Bolu Nusantara	Kel. Kalitimbang	Whatsapp	
3	Ismatulloh	33	SMA	Buruh	Wirausaha	4	Kreasi Rasa	Kel. Cikerai	Whatsapp	
4	Siti Raudoh	26	S1	Buruh	Wirausaha	3	Berkah Alam	Kel. Cibeber	Whatsapp	
5	Fauzul Umam	28	S1	Buruh	Wirausaha	3	Abil Jaya	Kel. Cibeber	Whatsapp	
6	Satiyah	44	SMA	IRT	Wirausaha	5	Kujipang	Kel. Bulakan	Whatsapp	
7	Nafisah	56	SMA	IRT	Wirausaha	6	Gipang Bu Naf	Kel. Karangasem	Whatsapp	
8	Elin	40	SMA	IRT	Wirausaha	4	Gurih Snack	Kel. Kedaleman	Whatsapp	
9	Sabroni	44	SMA	Buruh	Wirausaha	2	Gurih Manja	Kel. Cikerai	Whatsapp	
10	Aan Solihan	38	SMA	Buruh	Wirausaha	3	Snack Seru	Kel. Kalitimbang	Whatsapp	
11	Marlan	46	SMA	Buruh	Wirausaha	4	Cemilan Ceriwis	Kel. Kedaleman	Whatsapp	
12	Mahfudoh	40	SMA	IRT	Wirausaha	5	Krenyes Manis	Kel. Karangasem	Whatsapp	
13	Hamsanah	52	SMA	IRT	Wirausaha	5	Kripik Opak Hamsanah	Kel. Bulakan	Whatsapp	
14	Ichwanul Muslimin	37	SMA	PNS	Wirausaha	3	Gipang Sedulur	Kel. Bulakan	Whatsapp, IG	gipang_sedulur
15	Alfi Romdona	25	S1	Mahasiswa	Wirausaha	4	Gipang Singkong 3 Dara	Kel. Bulakan	Whatsapp, IG	dara_gipang.singkong
16	Nurasiah	40	SMA	IRT	Wirausaha	5	Emping Nurhayati	Kel. Bulakan	Whatsapp	
17	Novianti	23	S1	Mahasiswa	Wirausaha	4	Gipang Shafa	Kel. Bulakan	Whatsapp, IG	gipangsingkongshafa
18	Murtajah	43	SMA	IRT	Wirausaha	4	Emping Bentola	Kel. Bulakan	Whatsapp	
19	Yani Handayani	38	SMA	IRT	Wirausaha	4	Mama Cemut Snack	Kel. Bulakan	Whatsapp	
20	Ida Laila	37	SMA	IRT	Wirausaha	5	Ida Snack	Kel. Bulakan	Whatsapp	
21	Julehah	44	SMA	IRT	Wirausaha	3	Keripik Bu Jul	Kel. Cikerai	Whatsapp	
22	Najihah	41	SMA	IRT	Wirausaha	4	Emping Kuweni	Kel. Cikerai	Whatsapp	
23	Mita Rezki Gustiyani	37	SMA	IRT	Wirausaha	3	Arshavin Snack	Kel. Cibeber	Whatsapp, IG	arshavinsnack
24	Rahmawaty	38	SMA	IRT	Wirausaha	4	Aneka Kue	Kel. Cibeber	Whatsapp	
25	Anisa Nabila	27	S1	Mahasiswa	Wirausaha	5	Qu.kies	Kel. Kedaleman	Whatsapp	
26	Sustri Diana	57	S1	IRT	Wirausaha	4	Idan Snack	Kel. Kedaleman	Whatsapp	
27	Herlina	36	S1	IRT	Wirausaha	3	Potagor	Kel. Kalitimbang	Whatsapp	
28	Saefulloh	44	SMP	Buruh	Wirausaha	3	Emping Pak Saef	Kel. Kalitimbang	Whatsapp	
29	Jubaydah	40	SMP	IRT	Wirausaha	4	My Sam Brownies	Kel. Karangasem	Whatsapp, IG	my.sambrownies
30	Ita Suci Yuliasih	29	SMA	IRT	Wirausaha	5	Khaisa Snack	Kel. Karangasem	Whatsapp	

Responder	Nama Usaha	Produk	Sistem Pemesanan	Harga Produk	Satuan	Produksi (Pcs)		Omset (Rp)		Jangkauan Pasa
						Sebelum	Sesudah	Sebelum	Sesudah	
1	NgemilYuk	Basreng	Pre Order	Rp 10,000.00	Pcs	50	120	500000	1200000	Lintas Provinsi
2	Bolu Nusantara	Bolu Pisang	Pre Order	Rp 40,000.00	Pcs	30	50	1200000	2000000	Lintas Kota
3	Kreasi Rasa	Keripik Singkong	Pre Order	Rp 15,000.00	Pcs	40	80	600000	1200000	Lintas Kota
4	Berkah Alam	Keripik Ubi	Pre Order	Rp 15,000.00	Pcs	35	70	525000	1050000	Lintas Kota
5	Abil Jaya	Keripik Ubi	Pre Order	Rp 15,000.00	Pcs	40	80	600000	1200000	Lintas Kota
6	Kujipang	Kue Kering	Pre Order	Rp 15,000.00	Pcs	35	70	525000	1050000	Lintas Provinsi
7	Gipang Bu Naf	Gipang Ketan	Pre Order	Rp 25,000.00	Pcs	60	120	1500000	3000000	Lintas Kota
8	Elin Snack	Aneka Kue	Pre Order	Rp 10,000.00	Pcs	200	300	2000000	3000000	Lintas Kota
9	Gurih Manja	Ceplis	Pre Order	Rp 20,000.00	Pcs	25	50	500000	1000000	Lintas Kota
10	Snack Seru	Keripik Singkong	Pre Order	Rp 15,000.00	Pcs	35	80	525000	1200000	Lintas Kota
11	Cemilan Ceriwis	Keripik Singkong	Pre Order	Rp 15,000.00	Pcs	40	100	600000	1500000	Lintas Kota
12	Krenyes Manis	Keripik Ubi	Pre Order	Rp 15,000.00	Pcs	40	80	600000	1200000	Lintas Kota
13	Kripik Opak Hamsanah	Opak	Pre Order	Rp 10,000.00	Pcs	50	100	500000	1000000	Lintas Kota
14	Gipang Sedulur	Gipang Ketan	Pre Order	Rp 25,000.00	Pcs	120	240	3000000	6000000	Lintas Negara
15	Gipang Singkong 3 Dar	Gipang Singkong	Pre Order	Rp 25,000.00	Pcs	120	240	3000000	6000000	Lintas Negara
16	Emping Nurhayati	Emping	Open Order	Rp 75,000.00	Pcs	20	50	1500000	3750000	Lintas Provinsi
17	Gipang Shafa	Gipang Singkong	Pre Order	Rp 25,000.00	Pcs	72	144	1800000	3600000	Lintas Kota
18	Emping Bentola	Emping	Open Order	Rp 75,000.00	Pcs	15	30	1125000	2250000	Lintas Kota
19	Mama Cemut Snack	Aneka Kue	Pre Order	Rp 10,000.00	Pcs	150	300	1500000	3000000	Lintas Kota
20	Ida Snack	Aneka Kue	Pre Order	Rp 10,000.00	Pcs	300	600	3000000	6000000	Lintas Kota
21	Keripik Bu Jul	Ceplis	Pre Order	Rp 20,000.00	Pcs	25	50	500000	1000000	Lintas Kota
22	Emping Kuweni	Emping	Open Order	Rp 75,000.00	Pcs	15	30	1125000	2250000	Lintas Kota
23	Arshavin Snack	Cilok	Open Order	Rp 10,000.00	Pcs	100	200	1000000	2000000	Lintas Kota
24	Aneka Kue	Aneka Kue	Pre Order	Rp 10,000.00	Pcs	150	200	1500000	2000000	Lintas Kota
25	Qu.kies	Kue Kering	Pre Order	Rp 10,000.00	Pcs	50	80	500000	800000	Lintas Kota
26	Idan Snack	Aneka Kue	Pre Order	Rp 10,000.00	Pcs	150	200	1500000	2000000	Lintas Kota
27	Potagor	Kentang Goreng	Open Order	Rp 5,000.00	Pcs	100	150	500000	750000	Lintas Kota
28	Emping Pak Saef	Emping	Open Order	Rp 75,000.00	Pcs	20	30	1500000	2250000	Lintas Kota
29	My Sam Brownies	Brownies	Pre Order	Rp 40,000.00	Pcs	40	100	1600000	4000000	Lintas Kota
30	Khaisa Snack	Aneka Kue	Pre Order	Rp 10,000.00	Pcs	150	300	1500000	3000000	Lintas Kota

No	Nama	JANGKAUAN PASAR														Total	Rata-rata	Kategori	Penilaian Responden				
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14				P15	Skor Minima	Skor Maksima	Skor Max-Skor Min	Interval
1	Aminah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	44	2,93	Tinggi	1	3	2	0,67
2	Novi Rahmawati	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	42	2,80	Tinggi				
3	Ismatulloh	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	44	2,93	Tinggi	Kategori	Interval	Frekuensi	
4	Siti Faudoh	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	43	2,87	Tinggi	Tinggi	2,34-3,00	30	
5	Fauzul Umam	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	43	2,87	Tinggi	Sedang	1,67-2,33	0	
6	Satijah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	44	2,93	Tinggi	Rendah	1,00-1,66	0	
7	Nafisah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	43	2,87	Tinggi				
8	Elin	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	42	2,80	Tinggi				
9	Sabroni	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	43	2,87	Tinggi				
10	Aan Solihan	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	42	2,80	Tinggi				
11	Marlan	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	43	2,87	Tinggi				
12	Mahfudoh	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	43	2,87	Tinggi				
13	Hamsanah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	44	2,93	Tinggi				
14	Ichwanul Muslimin	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	44	2,93	Tinggi				
15	Ali Romdona	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	44	2,93	Tinggi				
16	Nurasiah	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	42	2,80	Tinggi				
17	Novianti	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	44	2,93	Tinggi				
18	Murtajah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	43	2,87	Tinggi				
19	Yani Handayani	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	44	2,93	Tinggi				
20	Ida Laila	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	44	2,93	Tinggi				
21	Julehah	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	42	2,80	Tinggi				
22	Najihah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	43	2,87	Tinggi				
23	Mita Rezki Gustiyani	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	43	2,87	Tinggi				
24	Rahmawati	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	43	2,87	Tinggi				
25	Anisa Nabila	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	43	2,87	Tinggi				
26	Sustri Diana	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	44	2,93	Tinggi				
27	Herlina	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	44	2,93	Tinggi				
28	Saeffulloh	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	43	2,87	Tinggi				
29	Jubaydah	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	44	2,93	Tinggi				
30	Ita Suci Yuliasih	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	43	2,87	Tinggi				
	Total	90	90	90	90	90	90	73	90	90	67	90	90	90	77	90	86						
	Rata-rata	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,43	3,00	3,00	2,23	3,00	3,00	3,00	2,57	3,00	2,88						
	Kategori	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Sedang	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi						

No	Nama	EFISIENSI OPERASIONAL															Total	Rata-rata	Kategori	Penilaian Responden			
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15				Skor Minima	Skor Maksima	Skor Max-Skor Min	Interval
1	Aminah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	43	2,87	Tinggi	1	3	2	0,67
2	Novi Rahmawati	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	43	2,87	Tinggi				
3	Ismatulloh	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	43	2,87	Tinggi				
4	Siti Raudoh	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	44	2,93	Tinggi				
5	Fauzul Umam	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	42	2,80	Tinggi				
6	Satijah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	43	2,87	Tinggi				
7	Nafisah	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	42	2,80	Tinggi				
8	Elin	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	43	2,87	Tinggi				
9	Sabroni	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	42	2,80	Tinggi				
10	Aan Solihan	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	43	2,87	Tinggi				
11	Marlan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	44	2,93	Tinggi				
12	Mahfudoh	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	42	2,80	Tinggi				
13	Hamsanah	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	43	2,87	Tinggi				
14	Ichwanul Muslimin	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	43	2,87	Tinggi				
15	Ali Romdona	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	43	2,87	Tinggi				
16	Nurasiah	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	43	2,87	Tinggi				
17	Novianti	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	43	2,87	Tinggi				
18	Murtajah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	44	2,93	Tinggi				
19	Yani Handayani	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	43	2,87	Tinggi				
20	Ida Laila	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	43	2,87	Tinggi				
21	Julehah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	43	2,87	Tinggi				
22	Najihah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	44	2,93	Tinggi				
23	Mita Rezki Gustiyar	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	44	2,93	Tinggi				
24	Rahmawaty	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	44	2,93	Tinggi				
25	Anisa Nabila	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	44	2,93	Tinggi				
26	Sustri Diana	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	43	2,87	Tinggi				
27	Herlina	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	43	2,87	Tinggi				
28	Saefulloh	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	44	2,93	Tinggi				
29	Jubaydah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	43	2,87	Tinggi				
30	Ita Suci Yuliasih	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	42	2,80	Tinggi				
Total		90	90	90	90	90	90	78	90	90	90	90	90	64	71	90	86						
Rata-rata		3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,60	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,13	2,37	3,00	2,87						
Kategori		Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Sedang	Tinggi	Tinggi	Tinggi						

Penilaian Pernyataan			
Skor Minima	Skor Maksima	Skor Max-Skor Min	Interval
1	3	2	0,67

Kategori	Interval	Frekuensi
Tinggi	2,34-3,00	30
Sedang	1,67-2,33	0
Rendah	1,00-1,66	0

Kategori	Interval	Frekuensi
Tinggi	2,34-3,00	14
Sedang	1,67-2,33	1
Rendah	1,00-1,66	0

No	Nama	PENINGKATAN PENJUALAN															Total	Rata-rata	Kategori	Penilaian Responden			
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15				Skor Minima	Skor Maksim	Skor Max-Skor Mii	Interval
1	Aminah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi	1	3	2	0.67
2	Novi Rahmawati	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44	2.93	Tinggi				
3	Ismatulloh	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
4	Siti Raudoh	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
5	Fauzul Umam	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44	2.93	Tinggi				
6	Satijah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
7	Nafisah	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	44	2.93	Tinggi				
8	Elin	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44	2.93	Tinggi				
9	Sabroni	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	44	2.93	Tinggi				
10	Aan Solihan	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	44	2.93	Tinggi				
11	Marlan	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
12	Mahfudoh	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44	2.93	Tinggi				
13	Hamsanah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
14	Ichwanul Muslimin	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
15	Alfi Romdona	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
16	Nurasiah	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44	2.93	Tinggi				
17	Novianti	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
18	Murtajah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
19	Yani Handayani	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
20	Ida Laila	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
21	Julehah	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	44	2.93	Tinggi				
22	Najihah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
23	Mita Rezki Gustiya	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
24	Rahmawaty	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
25	Anisa Nabila	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
26	Sustri Diana	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
27	Herlina	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
28	Saefullah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
29	Jubaydah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45	3.00	Tinggi				
30	Ita Suci Yuliasih	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44	2.93	Tinggi				
Total		90	90	90	84	90	90	90	86	90	90	90	90	90	90	90	89.3						
Rata-rata		3.00	3.00	3.00	2.80	3.00	3.00	3.00	2.87	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.98						
Kategori		Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi						

Penilaian Pernyataan			
Skor Minima	Skor Maksim	Skor Max-Skor Mii	Interval
1	3	2	0.67
Kategori	Interval	Frekuensi	
Tinggi	2,34-3,00	30	
Sedang	1,67-2,33	0	
Rendah	1,00-1,66	0	

Penilaian Pernyataan			
Skor Minima	Skor Maksim	Skor Max-Skor Mii	Interval
1	3	2	0.67
Kategori	Interval	Frekuensi	
Tinggi	2,34-3,00	15	
Sedang	1,67-2,33	0	
Rendah	1,00-1,66	0	

Data Mentah SPSS

SPSS Data View window showing rows 1 to 23. The columns are labeled X1, X2, Y, and several 'var' columns. The data is as follows:

	X1	X2	Y	var										
1	44	43	45											
2	42	43	44											
3	44	43	45											
4	43	44	45											
5	43	42	44											
6	44	43	45											
7	43	42	44											
8	42	43	44											
9	43	42	44											
10	42	43	44											
11	43	44	45											
12	43	42	44											
13	44	43	45											
14	44	43	45											
15	44	43	45											
16	42	43	44											
17	44	43	45											
18	43	44	45											
19	44	43	45											
20	44	43	45											
21	42	43	44											
22	43	44	45											
23	43	44	45											

SPSS Data View window showing rows 23 to 45. The columns are labeled X1, X2, Y, and several 'var' columns. The data is as follows:

	X1	X2	Y	var										
23	43	44	45											
24	43	44	45											
25	43	44	45											
26	44	43	45											
27	43	43	45											
28	43	44	45											
29	44	43	45											
30	42	42	44											
31														
32														
33														
34														
35														
36														
37														
38														
39														
40														
41														
42														
43														
44														
45														

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

REGRESSION
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT Y
 /METHOD=ENTER X1 X2.

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Efisiensi Operasional, Jangkauan Pasar ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan
 b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.969 ^a	.938	.934	.124

a. Predictors: (Constant), Efisiensi Operasional, Jangkauan Pasar

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.254	2	3.127	204.570	.000 ^b
	Residual	.413	27	.015		
	Total	6.667	29			

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan
 b. Predictors: (Constant), Efisiensi Operasional, Jangkauan Pasar

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.221	1.966		2.656	.013
	Jangkauan Pasar	.460	.031	.717	14.956	.000
	Efisiensi Operasional	.454	.035	.627	13.088	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan