

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTO	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	11
1.5.1 Lokasi Penelitian	11
1.5.2 Jadwal Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.1.1 Ekonomi Kreatif	13
2.1.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	19
2.1.3 Pemasaran Digital.....	22

2.1.4 Inovasi Produk.....	26
2.1.5 Jaringan Usaha.....	27
2.1.6 Keberhasilan Usaha	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	33
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.3.1 Hubungan Pemasaran Digital dengan Keberhasilan Usaha.....	35
2.3.2 Hubungan Inovasi Produk dengan Keberhasilan Usaha.....	35
2.3.3 Hubungan Jaringan Usaha dengan Keberhasilan Usaha	36
2.4 Hipotesis	37
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	39
3.1 Objek Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	40
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	42
3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data	42
3.2.2.2 Populasi Sasaran	42
3.2.2.3 Penentuan Sampel	43
3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data	43
3.2.3 Model Penelitian.....	44
3.3 Teknik Analisis Data	45
3.3.1 Rancangan Analisis Data	45
3.3.1.1 Pengukuran Instrumen Penelitian	45
3.3.1.2 Nilai Jenjang Interval (NJI).....	46
3.3.2 Analisis Regresi Berganda	47

3.4 Uji Instrumen Penelitian	48
3.4.1 Uji Validitas	48
3.4.2 Uji Reliabilitas	49
3.5 Uji Asumsi Klasik	49
3.5.1 Uji Normalitas Data	49
3.5.2 Uji Multikolinearitas	50
3.5.2 Uji Heterskedastisitas.....	51
3.6 Uji Hipotesis	51
3.6.1 Uji Parsial (t).....	51
3.6.2 Uji Simultan (F)	52
3.6.2 Koefisien Determinasi (R^2)	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Hasil Penelitian.....	54
4.1.1 Karakteristik Responden.....	54
4.1.2 Pengujian Instrumen Penelitian	55
4.1.2.1 Uji Validitas	54
4.1.2.2 Uji Reliabilitas	56
4.1.2.3 Nilai Jenjang Interval	57
4.1.3 Analisis Data Hasil Penelitian	79
4.1.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	80
4.1.3.1.1 Uji Normalitas Data	80
4.1.3.1.2 Uji Multikolinearitas	81
4.1.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	82

4.1.3.2 Uji Hipotesis	83
4.1.3.2.1 Uji Parsial (t)	83
4.1.3.2.2 Uji Simultan (F)	85
4.1.3.1.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	86
4.2 Pembahasan	87
4.2.1 Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Keberhasilan Usaha Hantaran Pernikahan di Kota Tasikmalaya	
4.2.2 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Hantaran Pernikahan di Kota Tasikmalaya	88
4.2.3 Pengaruh Jaringan Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Hantaran Pernikahan di Kota Tasikmalaya	89
4.2.3 Pengaruh Pemasaran Digital, Inovasi Produk dan Jaringan Usaha Secara Bersama-sama Terhadap Keberhasilan Usaha Hantaran Pernikahan di Kota Tasikmalaya	90
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Simpulan	91
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	94
DAFTAR LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis UMKM Kreatif di Tasikmalaya Tahun 2021	4
Tabel 1.2 Unit Usaha WO dan Vendor Penyerta di Kota Tasikmalaya	5
Tabel 1.3 Pelaku Usaha Hantaran di Kota Tasikmalaya tahun 2020-2023.....	6
Tabel 1.4 Jadwal Penelitian.....	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	41
Tabel 3.2 Skala Likert	45
Tabel 3.3 Kategori Skala.....	46
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4.3 Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Pemasaran Digital	58
Tabel 4.4 Skor Pernyataan Kesatu dari Indikator Pemasaran Digital	58
Tabel 4.5 Skor Pernyataan Kedua dari Indikator Pemasaran Digital.....	59
Tabel 4.6 Skor Pernyataan Ketiga dari Indikator Pemasaran Digital	59
Tabel 4.7 Skor Pernyataan Keempat dari Indikator Pemasaran Digital.....	60
Tabel 4.8 Skor Pernyataan Kelima dari Indikator Pemasaran Digital	61
Tabel 4.9 Tabel Rekapitulasi Pemasaran Digital	61
Tabel 4.10 Klasifikasi Total Penilaian Untuk Indikator Pemasaran Digital....	62
Tabel 4.11 Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Inovasi Produk	63
Tabel 4.12 Skor Pernyataan Kesatu dari Indikator Inovasi Produk.....	64
Tabel 4.13 Skor Pernyataan Kedua dari Indikator Inovasi Produk.....	65
Tabel 4.14 Skor Pernyataan Ketiga dari Indikator Inovasi Produk	65
Tabel 4.15 Skor Pernyataan Keempat dari Indikator Inovasi Produk.....	66
Tabel 4.16 Skor Pernyataan Kelima dari Indikator Inovasi Produk	66
Tabel 4.17 Tabel Rekapitulasi Inovasi Produk	67
Tabel 4.18 Klasifikasi Total Penilaian Untuk Indikator Inovasi Produk.....	68
Tabel 4.19 Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Jaringan Usaha	69
Tabel 4.20 Skor Pernyataan Kesatu dari Indikator Jaringan Usaha.....	69
Tabel 4.21 Skor Pernyataan Kedua dari Indikator Jaringan Usaha	70
Tabel 4.22 Skor Pernyataan Ketiga dari Indikator Jaringan Usaha	71

Tabel 4.23 Skor Pernyataan Keempat dari Indikator Jaringan Usaha	71
Tabel 4.24 Skor Pernyataan Kelima dari Indikator Jaringan Usaha	72
Tabel 4.25 Tabel Rekapitulasi Jaringan Usaha	72
Tabel 4.26 Klasifikasi Total Penilaian Untuk Indikator Jaringan Usaha.....	73
Tabel 4.27 Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Keberhasilan Usaha.....	75
Tabel 4.28 Skor Pernyataan Kesatu dari Indikator Keberhasilan Usaha	75
Tabel 4.29 Skor Pernyataan Kedua dari Indikator Keberhasilan Usaha.....	76
Tabel 4.30 Skor Pernyataan Ketiga dari Indikator Keberhasilan Usaha.....	76
Tabel 4.31 Skor Pernyataan Keempat dari Indikator Keberhasilan Usaha.....	77
Tabel 4.32 Skor Pernyataan Kelima dari Indikator Keberhasilan Usaha.....	77
Tabel 4.33 Tabel Rekapitulasi Keberhasilan Usaha	78
Tabel 4.34 Klasifikasi Total Penilaian Untuk Indikator Keberhasilan Usaha .	79
Tabel 4.35 Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 4.36 Hasil Uji Multikolinearitas.....	82
Tabel 4.37 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 4.38 Hasil Uji t	84
Tabel 4.39 Hasil Uji F.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Gambar 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	55
Gambar 4.3 Uji Normalitas	81