

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
1.	Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Penulis.....	20
2.	Kelompok Pengolahan dan Pemasaran Ikan (Poklahsar) di Kota Tasikmalaya Tahun 2024.....	32
3.	Operasional Variabel.....	34
4.	Kategori Skor Tiap Item Minat Pelaku Usaha Pengolahan Ikan.....	37
5.	Kategori Jumlah Skor Tingkat Pengetahuan (X6).....	38
6.	Kategori Jumlah Skor Tingkat Kemudahan (X7).....	38
7.	Kategori Jumlah Skor Tingkat Kepercayaan (X8).....	39
8.	Kategori Jumlah Skor Tingkat Kegunaan (X9).....	39
9.	Kategori Jumlah Skor Tingkat Keuntungan (X10).....	40
10.	Kategori Jumlah Skor Persepsi Risiko (X11).....	40
11.	Kategori Jumlah Skor Akses Teknologi (X12).....	41
12.	Kategori Jumlah Skor Tingkat Minat Pelaku Usaha Pengolahan Ikan (Y).....	41
13.	Waktu dan Tahapan Penelitian.....	51
14.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Klasifikasi Usia dan Jenis Kelamin Tahun 2023.....	52
15.	Jumlah Penduduk Menurut Pendidikan dan Jenis Kelamin Tahun 2023.....	54
16.	Jumlah Penduduk Berusia 15 Tahun ke Atas Menurut Jenis Kegiatan Utama dan Jenis Kelamin Tahun 2023	55
17.	Jumlah Penduduk Diatas Usia 15 Tahun Menurut Status Pekerjaan Utama dan Jenis Kelamin Tahun 2023.....	55
18.	Produksi Perikanan Budidaya Menurut Kecamatan dan Jenis Budidaya.....	56
19.	Produksi Perikanan Budidaya Menurut Jenis Ikan dan Sistem Budidaya di Kota Tasikmalaya.....	57
20.	Distribusi Pelaku Usaha Pengolah Ikan Berdasarkan Usia.....	59

No	Uraian	Hal
21.	Distribusi Pelaku Usaha Pengolah Ikan Berdasarkan Tahun Pendidikan yang Ditempuh.....	60
22.	Distribusi Pelaku Usaha Pengolah Ikan Berdasarkan Pendapatan....	61
23.	Distribusi Pelaku Usaha Pengolah Ikan Berdasarkan Skala Usaha...	62
24.	Distribusi Pelaku Usaha Pengolah Ikan Berdasarkan Pengalaman...	63
25.	Pengetahuan Pelaku Usaha Terhadap <i>Digital Marketing</i>	64
26.	Kemudahan Pelaku Usaha Terhadap <i>Digital Marketing</i>	66
27.	Kepercayaan Pelaku Usaha Terhadap <i>Digital Marketing</i>	67
28.	Kegunaan <i>Digital Marketing</i> oleh Pelaku Usaha.....	68
29.	Keuntungan Pelaku Usaha Terhadap <i>Digital Marketing</i>	69
30.	Persepsi Risiko Pelaku Usaha Terhadap <i>Digital Marketing</i>	70
31.	Akses Teknologi Pelaku Usaha Terhadap <i>Digital Marketing</i>	72
32.	Minat Pelaku Usaha Pengolahan Ikan Terhadap <i>Digital Marketing</i> ..	74
33.	Model Summary Mode Regresi pada <i>Digital Marketing</i>	78
34.	Hasil Uji F.....	79
35.	Hasil Uji T.....	80