

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang.....	16
1.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Manfaat Penelitian	22
1.5 Batasan Penelitian.....	23
1.6 Sistematika Penelitian.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Kepuasan Kinerja Bisnis UMKM	25
2.2 Penggunaan Media Sosial untuk CRM	27
2.3 Kompetensi Sosial	29
2.4 Orientasi Kewirausahaan	30
2.5 Strategi Pemasaran Digital	32
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	33
2.6.1 Pengaruh Penggunaan Media Sosial untuk CRM terhadap Kepuasan Kinerja Bisnis UMKM	33
2.6.2 Pengaruh Kompetensi Sosial terhadap Kepuasan Kinerja Bisnis UMKM	33
2.6.3 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kepuasan Kinerja Bisnis UMKM	34
2.6.4 Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Kepuasan Kinerja Bisnis UMKM	35
2.7 Kerangka Konseptual	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian.....	38

3.2	Jenis Penelitian.....	38
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.3.1	Populasi Penelitian	39
3.3.2	Desain Sampel	40
3.3.3	Ukuran Sampel.....	41
3.4	Desain Penelitian.....	42
3.5	Objek Penelitian.....	43
3.6	Subjek Penelitian	43
3.7	Unit Analisis Penelitian.....	43
3.8	Pengukuran Variabel.....	45
3.9	Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	46
3.10	Pengukuran Skala.....	55
3.11	Metode Pengumpulan Data	56
3.12	Etika Pengumpulan Data	56
3.13	Metode Analisis Data.....	57
3.13.1	Analisis Statistik Deskriptif	57
3.13.2	SPSS.....	58
3.13.3	Uji Kualitas Data.....	59
3.13.4	Uji Asumsi Klasik.....	60
3.14	Uji Hipotesis.....	62
3.14.1	Regresi Linear Berganda.....	62
3.14.2	Koefisien Determinasi	63
3.14.3	Uji Parsial (Uji t)	64
3.14.4	Uji Simultan (Uji F)	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Profil Responden	65
4.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	67
4.2.1	Variabel Penggunaan Media Sosial untuk CRM	68
4.2.2	Variabel Deskriptif Kompetensi Sosial.....	69
4.2.3	Variabel Deskriptif Orientasi Kewirausahaan.....	70
4.2.4	Variabel Deskriptif Strategi Pemasaran Digital.....	71
4.2.5	Variabel Deskriptif Kepuasan Kinerja Bisnis UMKM	72
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	73

4.3.1	Uji Validitas.....	73
4.3.2	Uji Reliabilitas	75
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	75
4.4.1	Uji Normalitas	75
4.4.2	Uji Multikolinearitas	78
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	79
4.4.4	Uji Autokorelasi	80
4.5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	81
4.6	Hasil Uji Hipotesis.....	83
4.6.1	Koefisien Determinasi (R-Square)	83
4.6.2	Pengujian Parsial (Uji t).....	84
4.6.3	Pengujian Simultan (Uji F)	86
4.6.4	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis.....	87
4.7	Pembahasan	87
4.7.1	Pengaruh Penggunaan Media Sosial untuk CRM terhadap Kepuasan Kinerja Bisnis UMKM	88
4.7.2	Pengaruh Kompetensi Sosial terhadap Kepuasan Kinerja Bisnis UMKM ...	88
4.7.3	Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kepuasan Kinerja Bisnis UMKM	90
4.7.4	Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Kepuasan Kinerja Bisnis UMKM	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		93
5.1	Kesimpulan.....	93
5.2	Implikasi Teoritis	94
5.3	Implikasi Manajerial	95
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	97
5.5	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN		106

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3. 2 Kategori Skala Likert	56
Tabel 4. 1 Profil Responden	65
Tabel 4. 2 Kategori Jawaban Responden.....	67
Tabel 4. 3 Deskripsi Penggunaan Media Sosial untuk CRM	68
Tabel 4. 4 Deskripsi Kompetensi Sosial.....	69
Tabel 4. 5 Deskripsi Orientasi Kewirausahaan.....	70
Tabel 4. 6 Deskripsi Strategi Pemasaran Digital	71
Tabel 4. 7 Deskripsi Kepuasan Kinerja Bisnis UMKM	72
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 10 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	78
Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi.....	80
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	82
Tabel 4. 14 Nilai Koefisien Determinasi (R-Square).....	83
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Parsial (Uji t)	84
Tabel 4. 16 Hasil Uji Simultan (Uji F)	86
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM Di Indonesia Periode 2018-2023	17
Gambar 1. 2 Jumlah UMKM di Kota Semarang Tahun 2020-2022	18
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	37
Gambar 4. 1 Histogram Uji Normalitas	76
Gambar 4. 2 P-Plot Uji Normalitas	77
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran a. Kuesioner Penelitian	106
Lampiran b. Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 25	111

