

LAMPIRAN

LAMPIRAN

KUISIONER

KUISIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir skripsi untuk memenuhi persyaratan gelar sarjana Strata 1 (S-1) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia, maka peneliti mengadakan penelitian dengan judul **“Analisis Manajemen Strategi: Strategi Pemasaran dan Pengembangan Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM di Kota Makassar”**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Wulandari

STB : 023 2020 0095

Program Studi/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Akuntansi

Dengan ini memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini dan memberikan informasi pada masing-masing pertanyaan berikut ini dengan sebenar-benarnya dan jujur sesuai dengan petunjuk pengisian. Data yang anda berikan hanya akan digunakan untuk kepentingan karya tulis ilmiah/skripsi tersebut. Atas perhatian dan kerjasamanya dalam pengisian kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

Putri Wulandari

CP : 085934518448

I. IDENTITAS RESPONDEN

Untuk keabsahan data penelitian ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi data-data berikut dengan memberi tanda centang (✓) pada jawaban yang telah tersedia.

1. Nama Responden :.....
2. Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan
3. Umur Responden :Tahun/
4. Pendidikan Terakhir : () Diploma () S1
() S2 () S3
() Lainnya
5. Jenis UMKM : () Kuliner () Agribisnis
() Fashion () Lainnya
6. Nama UMKM :

II. TANGGAPAN RESPONDEN

Bapak/Ibu/Saudara/I dimohon untuk memberikan tanggapan yang sesuai atas pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memilih skor yang tersedia dengan cara memberi tanda centang (✓). Jika menurut Bapak/Ibu/Saudara/i tidak ada jawaban yang tepat, maka jawaban dapat diberikan pada pilihan yang paling mendekati.

- STS : Sangat Tidak Setuju (STS)
TS : Tidak Setuju (TS)
KS : Kurang Setuju (KS)
S : Setuju (S)
SS : Sangat Setuju (SS)

Kuisiner Variabel Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Kreatif (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa bahwa penerapan strategi pemasaran berbasis ekonomi kreatif telah meningkatkan daya tarik produk dan layanan di mata pelanggan telah disegmentasi dengan baik.					
2.	Saya merasa peran strategi pemasaran berbasis ekonomi kreatif membantu saya dalam mencapai tujuan pasar sasaran.					
3.	Saya merasa strategi pemasaran berbasis ekonomi kreatif memengaruhi dan memperkuat posisi pasar.					

Sumber : (Utami, 2022)

Kuisiner Variabel Strategi Pengembangan Berbasis Ekonomi Kreatif (X2)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa strategi pengembangan berbasis ekonomi kreatif membantu saya untuk menciptakan produk dan layanan yang lebih inovatif.					
2.	Saya merasa jika penerapan strategi pengembangan berbasis ekonomi kreatif telah memengaruhi dan mempercepat ekspansi bisnis saya ke pasar yang baru.					
3.	Saya merasa dengan mengintegrasikan ekonomi kreatif dalam strategi pengembangan bisnis untuk menciptakan produk atau jasa akan meningkatkan penetapan harga.					

Sumber : (Pérez, 2017)

Kuisisioner Variabel Daya Saing (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa peran manajemen strategi berbasis ekonomi kreatif dalam membantu mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitif.					
2.	Saya merasa jika penerapan manajemen strategi dapat meningkatkan kemampuan untuk memasarkan produk dan jasa.					
3.	Saya merasa jika penerapan manajemen strategi berbasis ekonomi kreatif dapat membantu mengoptimalkan proses produksi.					

Sumber: (Utami, 2022)

36	Diah Khan	Coto Hartaco Amir Khan	Paccerakkang	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
37	Cary	Mie Garing Tower	Paccerakkang	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
38	Aiman	Yamtulnak	Paccerakkang	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
39	Hendri	Mie Ayam Pangsit Citra	Paccerakkang	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
40	Lia	Souna Ramen	Paccerakkang	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
41	Risma	Warung Mpok Ocha	Paccerakkang	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
42	Rahmat Hidayat	Bakso Awkucil	Ujung Tanah	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
43	Santi Suliandjo	Lokarasa	Ujung Pandang	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
44	Fitriani	MD Donuts	Ujung Pandang	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
45	Suriani Syah Nasir	Coto Anging Mamiri	Tamalanrea	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
46	Musni Husain	Pizza Umi	Ujung Tanah	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
47	Andi Ina Saidah	Saidah Pizza	Ujung Pandang	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5
48	Dian Pangestu	Warung Surabaya	Tamalanrea	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
49	Yus Yulius	Bakso Bang Yus	Tamalanrea	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
50	Nunie Faradiba	Bakso Booming 88 BTP	Tamalanrea	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
51	Aris	Yummy Dimsum	Tamalanrea	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5
52	Putri Eka	Seblak Aing	Tamalanrea	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5
53	Adilah	Kedai Adilah	Tamalanrea	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5
54	Mustafa	Istanbul Kebab Perintis	Tamalanrea	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5
55	I Gusti	Piscok Lumer	Tamalanrea	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5
56	Eko Kholiq	Bakoel Rujak	Tamalanrea	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
57	Rezky Amalia	Dapoer Lookme	Tamalanrea	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
58	Chelsi Chanu	Dcaption	Tamalanrea	3	3	4	4	5	5	4	4	4	5
59	Yuli	Sarabba Sucer	Tamalanrea	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5
60	Fahriadi	Food Box	Biringkanaya	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5
61	Ridho Mosja	Dboobie Crepes	Biringkanaya	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5
62	Helmi Adam	Igor Food	Biringkanaya	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
63	Aguswanto	Dapur Galigo	Biringkanaya	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5
64	Ismi	Cif Chicken ex Snack Bo	Tamalanrea	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5
65	Daeng Sollong	Pisang Epe Daeng	Biringkanaya	3	3	3	4	5	5	4	4	4	5
66	Fadil	CF Food	Biringkanaya	3	3	3	4	5	5	4	4	4	5
67	Reynald	Tahu Crispy Pandawa	Biringkanaya	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
68	Nendi Angga Kusuma	Seblak Sultan	Tamalanrea	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5
69	Hifza	Bakulan Harunhifza	Biringkanaya	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
70	Abdillah	Martabak Mas Abdi	Biringkanaya	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4

71	Rian Fahrizal	Teras Burger	Biringkanaya	4	5	5	3	4	4	4	4	5
72	Reni	Café Bean	Rappocini	4	5	5	3	4	4	4	4	5
73	Okvia Suryo	Chilin Chick	Rappocini	4	4	5	3	4	4	4	4	4
74	Rafi	Smokey Kebab	Rappocini	4	5	5	4	4	5	4	5	5
75	Vannesa	Crepes n Co	Rappocini	4	4	5	4	4	5	4	5	5
76	Farhan	Dcrepes	Rappocini	4	5	5	4	4	5	4	5	5
77	Andi Halid	Puang Masongko	Rappocini	4	4	4	4	4	5	4	5	5
78	Irwan	Sari Laut Mas Wawan	Rappocini	4	4	4	4	4	5	4	5	5
79	Raenal	Tahu Boom	Rappocini	4	4	4	4	4	5	4	5	5
80	Andhika Dwi Putra Natsir	Queen Fruits	Ujung Tanah	4	4	4	5	4	5	4	5	5
81	Benita Mitzi Selian	Smoothie Theory	Ujung Tanah	4	4	5	5	4	5	4	5	5
82	Irwan Yusuf	One Salad	Ujung Pandang	4	4	5	5	5	4	4	5	5
83	Arrumy Irmawati	Arrumy Cathering	Biringkanaya	4	5	5	4	4	4	5	5	5
84	Mian	Ayam Geprek Saras	Ujung Pandang	4	4	5	3	3	4	4	4	4
85	Naila Haufa	Warung Mona	Ujung Pandang	4	4	5	3	3	4	4	4	5
86	Agung	Chicken Katsumo	Ujung Pandang	4	4	5	3	3	4	4	4	5
87	Hussein	Habibi Food	Ujung Pandang	4	4	5	3	3	4	4	4	4
88	Yunita	Yun's Pastry	Ujung Pandang	4	4	5	3	3	4	4	4	4
89	Fanesa	Coto Harmin 4 Begadan	Biringkanaya	4	5	4	3	4	4	4	4	4
90	Haji Makmur Daeng Tutu	Coto Lesehan	Tamalanrea	4	4	4	3	4	4	4	4	5
91	Saryono Prawiro	Dapur Malioboro	Biringkanaya	4	4	4	3	4	4	4	5	5
92	Haris Risnandar	Coto Ahbab	Biringkanaya	3	4	4	3	4	4	4	4	4
93	Muhammad Yanto Putra J	Gold Chick	Tamalanrea	4	4	4	3	4	4	4	4	5
94	Benny Sujono	Geprek Hits	Biringkanaya	3	4	4	3	4	4	4	4	4
95	Maudy Al Kahfi	Lesehan Om Chick	Tamalanrea	4	4	4	3	4	4	4	4	5
96	Irayanti	Dapur Rira	Biringkanaya	3	4	4	3	4	4	4	4	4
97	Rudi	Sari Laut Rupiah	Tamalanrea	4	5	5	3	4	4	4	4	5
98	Yudhi Marto Muchtar	Kopi King	Tamalanrea	4	5	5	3	4	4	4	4	5
99	Cesia Abigail	Kampus Kedua	Tamalanrea	4	4	4	4	4	3	4	4	5
100	Wardoyo	Bakso Keluarga	Biringkanaya	3	4	4	4	4	3	3	3	3

Tabulasi Data

No	Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Kreatif (X1)					Strategi Pengembangan Berbasis Ekonomi Kreatif (X2)					Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	TX1	MX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2	MX2	Y1	Y2	Y3	TY	MY
1	4	5	5	14	4.67	4	4	4	12	4	5	5	5	15	5
2	4	5	5	14	4.67	4	4	4	12	4	5	5	5	15	5
3	4	5	5	14	4.67	4	4	4	12	4	5	5	5	15	5
4	4	5	5	14	4.67	4	4	4	12	4	5	5	5	15	5
5	4	5	5	14	4.67	4	4	4	12	4	5	5	5	15	5
6	5	5	5	15	5	4	4	4	12	4	5	5	5	15	5
7	5	5	5	15	5	4	4	4	12	4	5	5	5	15	5
8	5	5	5	15	5	4	4	4	12	4	4	5	5	14	4.67
9	3	3	4	10	3.33	3	4	4	11	3.67	3	4	4	11	3.67
10	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	5	5	14	4.67
11	4	4	5	13	4.33	4	4	4	12	4	4	5	5	14	4.67
12	4	4	5	13	4.33	3	4	4	11	3.67	4	4	4	12	4
13	4	4	5	13	4.33	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
14	4	4	5	13	4.33	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
15	4	5	5	14	4.67	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
16	4	4	5	13	4.33	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
17	3	4	4	11	3.67	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
18	4	4	5	13	4.33	3	4	4	11	3.67	4	4	4	12	4
19	4	4	4	12	4	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
20	3	4	4	11	3.67	3	4	4	11	3.67	4	4	4	12	4
21	3	3	4	10	3.33	4	3	4	11	3.67	4	4	4	12	4
22	4	4	5	13	4.33	3	3	4	10	3.33	4	4	4	12	4
23	4	4	5	13	4.33	3	3	4	10	3.33	4	4	5	13	4.33
24	4	4	5	13	4.33	3	3	4	10	3.33	4	4	5	13	4.33
25	4	4	5	13	4.33	3	3	4	10	3.33	3	4	5	12	4
26	4	4	5	13	4.33	3	3	4	10	3.33	3	4	5	12	4
27	4	4	5	13	4.33	3	4	4	11	3.67	3	4	5	12	4
28	4	4	4	12	4	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
29	4	4	5	13	4.33	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
30	3	4	4	11	3.67	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
31	4	4	5	13	4.33	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
32	4	5	5	14	4.67	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33
33	5	5	5	15	5	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33
34	4	5	5	14	4.67	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33
35	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33
36	4	4	4	12	4	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33
37	4	5	5	14	4.67	4	4	5	13	4.33	5	5	5	15	5
38	4	5	5	14	4.67	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33

39	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
40	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
41	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
42	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
43	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
44	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
45	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
46	4	5	5	14	4.67	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
47	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67
48	4	5	5	14	4.67	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67
49	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67
50	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67
51	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67
52	4	4	4	12	4	4	5	5	14	4.67	4	5	5	14	4.67
53	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67	4	5	5	14	4.67
54	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67	4	5	5	14	4.67
55	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67	4	5	5	14	4.67
56	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
57	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
58	3	3	4	10	3.33	4	5	5	14	4.67	4	4	5	13	4.33
59	3	3	4	10	3.33	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
60	3	3	4	10	3.33	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
61	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
62	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
63	3	4	4	11	3.67	4	5	5	14	4.67	4	4	5	13	4.33
64	3	3	3	9	3	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33
65	3	3	3	9	3	4	5	5	14	4.67	4	4	5	13	4.33
66	3	3	3	9	3	4	5	5	14	4.67	4	4	5	13	4.33
67	4	4	4	12	4	4	5	5	14	4.67	4	4	5	13	4.33
68	3	4	4	11	3.67	4	5	5	14	4.67	4	4	5	13	4.33
69	3	4	4	11	3.67	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33
70	4	4	5	13	4.33	3	4	4	11	3.67	4	4	4	12	4
71	4	5	5	14	4.67	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
72	4	5	5	14	4.67	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
73	4	4	5	13	4.33	3	4	4	11	3.67	4	4	4	12	4
74	4	5	5	14	4.67	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67
75	4	4	5	13	4.33	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67
76	4	5	5	14	4.67	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67
77	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67
78	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67
79	4	4	4	12	4	4	4	5	13	4.33	4	5	5	14	4.67
80	4	4	4	12	4	5	4	5	14	4.67	4	5	5	14	4.67

81	4	4	5	13	4.33	5	4	5	14	4.67	4	5	5	14	4.67
82	4	4	5	13	4.33	5	5	4	14	4.67	4	5	5	14	4.67
83	4	5	5	14	4.67	4	4	4	12	4	5	5	5	15	5
84	4	4	5	13	4.33	3	3	4	10	3.33	4	4	4	12	4
85	4	4	5	13	4.33	3	3	4	10	3.33	4	4	5	13	4.33
86	4	4	5	13	4.33	3	3	4	10	3.33	4	4	5	13	4.33
87	4	4	5	13	4.33	3	3	4	10	3.33	4	4	4	12	4
88	4	4	5	13	4.33	3	3	4	10	3.33	4	4	4	12	4
89	4	5	4	13	4.33	3	4	4	11	3.67	4	4	4	12	4
90	4	4	4	12	4	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
91	4	4	4	12	4	3	4	4	11	3.67	4	5	5	14	4.67
92	3	4	4	11	3.67	3	4	4	11	3.67	4	4	4	12	4
93	4	4	4	12	4	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
94	3	4	4	11	3.67	3	4	4	11	3.67	4	4	4	12	4
95	4	4	4	12	4	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
96	3	4	4	11	3.67	3	4	4	11	3.67	4	4	4	12	4
97	4	5	5	14	4.67	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
98	4	5	5	14	4.67	3	4	4	11	3.67	4	4	5	13	4.33
99	4	4	4	12	4	4	4	3	11	3.67	4	4	5	13	4.33
100	3	4	4	11	3.67	4	4	3	11	3.67	3	3	3	9	3

Hasil Uji

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Kreatif (X1)	100	3.00	5.00	4.1767	.44307
Strategi Pengembangan (X2)	100	3.33	4.67	4.0067	.41298
Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM (Y)	100	3.00	5.00	4.3900	.32152
Valid N (listwise)	100				

Frequencies

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Kreatif (X1)
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.85	4.16	4.52	4.1767
Median		4.00	4.00	5.00	4.3333
Sum		385	416	452	417.67

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	19.0	19.0	19.0
	4	77	77.0	77.0	96.0
	5	4	4.0	4.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	8.0	8.0	8.0
	4	68	68.0	68.0	76.0
	5	24	24.0	24.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

hyyX1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	3.0	3.0	3.0
	4	42	42.0	42.0	45.0
	5	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	Strategi Pengembangan (X2)
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.64	4.00	4.38	4.0067
Median		4.00	4.00	4.00	4.0000
Sum		364	400	438	400.67

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	39	39.0	39.0	39.0
	4	58	58.0	58.0	97.0
	5	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	11.0	11.0	11.0
	4	78	78.0	78.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.0	2.0	2.0
	4	58	58.0	58.0	60.0
	5	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Statistics

		Y1	Y2	Y3	Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM (Y)
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.04	4.30	4.83	4.3900
Median		4.00	4.00	5.00	4.3333
Sum		404	430	483	439.00

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	5.0	5.0	5.0
	4	86	86.0	86.0	91.0
	5	9	9.0	9.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	68	68.0	68.0	69.0
	5	31	31.0	31.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	15	15.0	15.0	16.0
	5	84	84.0	84.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Correlations
Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Kreatif (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.583**	.584**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.583**	1	.586**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.584**	.586**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Kreatif (X1)	Pearson Correlation	.829**	.857**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Strategi Pengembangan (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.435**	.554**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.435**	1	.406**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.554**	.406**	1	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Strategi Pengembangan (X2)	Pearson Correlation	.839**	.744**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM (Y)
Y1	Pearson Correlation	1	.493**	.246*	.737**
	Sig. (2-tailed)		.000	.013	.000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.493**	1	.369**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.246*	.369**	1	.698**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000		.000
	N	100	100	100	100
Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM (Y)	Pearson Correlation	.737**	.845**	.698**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	3

**Regression
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.674 ^a	.454	.443	.23993

a. Predictors: (Constant), Strategi Pengembangan (X2), Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Kreatif (X1)

b. Dependent Variable: Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.650	2	2.325	40.391	.000 ^b
	Residual	5.584	97	.058		
	Total	10.234	99			

a. Dependent Variable: Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM (Y)

b. Predictors: (Constant), Strategi Pengembangan (X2), Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Kreatif (X1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.136	.363		3.127	.002
	Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Kreatif (X1)	.363	.055	.500	6.545	.000
	Strategi Pengembangan (X2)	.434	.059	.557	7.294	.000

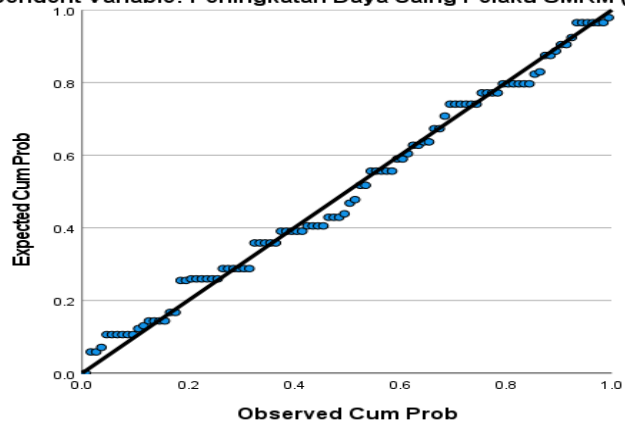
a. Dependent Variable: Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM (Y)

Coefficients^a

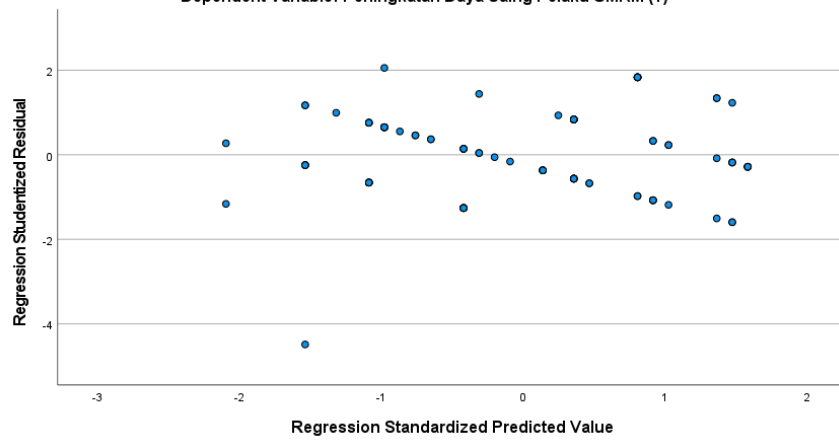
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Strategi Pemasaran Berbasis Ekonomi Kreatif (X1)	.964	1.038
	Strategi Pengembangan (X2)	.964	1.038

a. Dependent Variable: Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM (Y)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM (Y)



Scatterplot
Dependent Variable: Peningkatan Daya Saing Pelaku UMKM (Y)



NPar Tests
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.23749572	
Most Extreme Differences	Absolute	.073	
	Positive	.062	
	Negative	-.073	
Test Statistic		.073	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.212	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.201
		Upper Bound	.222

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1502173562.

