

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian**KUISISIONER**

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Saudara Responden

Dalam rangka untuk melakukan penelitian sebagai salah satu syarat kelulusan S1 Prodi Manajemen di Universitas 17 Agustus Surabaya. Maka yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Zulfia Izzati Firdaus

NBI : 1211600190

Judul : Pengaruh *e-commerce* dan strategi pemasaran terhadap peningkatan penjualan CV. Sogan Batik Rejodani di masa pandemi.

Berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti, saya memohon kerelaan dari pada bapak/ibu/saudara responden untuk mengisi beberapa pernyataan dari kuisisioner ini sesuai dengan kondisi yang terjadi sebenarnya. Sesuai dengan etika penelitian, setiap data yang anda berikan akan dijaga kerahasiaannya.

Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih atas kesediaan Bapak/ibu/ saudara untuk meluangkan waktunya mengisi kuisisioner ini.

Hormat saya,

(Zulfia Izzati Firdaus)

1211600190

A. Identitas Penelitian

1. Nama :
 2. Usia :
 3. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan

B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah pertanyaan di bawah ini dengan cermat dan teliti.
 2. Berilah tanda (X) dan berikan skor pada pilihan jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara yang paling sesuai dengan keadaan sebenarnya. Semua jawaban diharapkan tidak ada yang dikosongkan.

C. Alternatif Jawaban

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

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
<i>E-COMMERCE (X₁)</i>						
1	Dengan e-commerce sebagai media transaksi proses pelayanan CV. Sogan Batik Rejodani akan lebih mudah.					
2	Dengan <i>ecommerce</i> sebagai media transaksi proses pelayanan CV. Sogan Batik Rejodani akan lebih cepat.					
3	Dengan <i>ecommerce</i> dapat memperoleh informasi tentang CV. Sogan Batik Rejodani tanpa harus mendatangi perusahaan tersebut.					
4	Dengan <i>ecommerce</i> memudahkan pembelian produk CV. Sogan Batik Rejodani dimana saja.					

STRATEGI PEMASARAN (X₂)						
1	Adanya produk CV. Sogan Batik Rejodani yang telah ditawarkan kepada pelanggan.					
2	Harga yang ditawarkan CV. Sogan Batik Rejodani cukup memuaskan					
3	Distribusi/lokasi mudah dijangkau dan aman dalam melakukan transaksi.					
4	Karyawan CV. Sogan Batik Rejodani memberikan pelayanan yang sangat ramah kepada pelanggan dan memberikan diskon secara <i>online</i> dan <i>offline</i> .					
PENINGKATAN PENJUALAN (Y)						
1	Dicapainya peningkatan penjualan CV. Sogan Batik Rejodani dengan menggunakan periklanan dan menggunakan <i>personal selling</i> .					
2	CV. Sogan Batik Rejodani menjual barang dengan harga melebihi modal dan adanya diskon/ potongan harga.					
3.	Lokasi penjualan CV. Sogan Batik Rejodani sangat strategis.					
4.	CV. Sogan Batik Rejodani mensponsori suatu kegiatan.					

Lampiran. 2 Tabulasi Data Respon

1. *E-commerce* (X₁)

Responde n	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Jumlah_X ₁
1	4	4	4	4	16
2	4	4	4	4	16
3	4	3	4	3	14
4	3	3	3	3	12
5	4	4	5	4	17
6	4	5	5	4	18
7	3	3	3	3	12
8	5	4	5	5	19
9	2	3	2	2	9
10	4	4	4	4	16
11	3	4	4	4	15
12	3	3	4	4	14
13	5	2	4	2	13
14	2	2	2	2	8
15	3	3	3	4	13
16	3	4	5	4	16
17	5	4	5	5	19
18	4	4	4	4	16
19	4	5	3	4	16
20	4	3	3	3	13
21	5	4	5	5	19
22	4	4	4	4	16
23	3	5	4	3	15
24	5	4	5	4	18
25	5	4	5	5	19
26	4	4	4	5	17
27	4	4	4	5	17
28	4	4	4	4	16
29	5	5	5	3	18
30	5	5	4	5	19
31	4	5	4	4	17
32	2	3	2	3	10

33	4	3	4	4	15
34	4	4	4	4	16
35	3	3	3	2	11
36	5	4	3	4	16
37	3	4	5	5	17
38	4	4	4	3	15
39	4	3	4	3	14
40	4	4	3	5	16
41	3	3	3	2	11
42	2	4	3	4	13
43	5	2	2	3	12
44	2	3	5	5	15
45	2	3	3	3	11
46	2	3	3	3	11
47	2	3	3	3	11
48	3	3	3	3	12
49	3	3	3	3	12
50	3	3	3	3	12
51	3	2	3	2	10
52	2	5	4	4	15
53	2	2	3	2	9
54	4	4	4	4	16
55	2	2	2	2	8
56	3	3	3	3	12
57	3	3	3	3	12
58	4	4	4	4	16
59	3	4	3	3	13
60	3	3	3	3	12
61	4	4	3	4	15
62	2	3	3	4	12
63	4	4	2	3	13
64	3	4	4	4	15
65	3	4	4	3	14
66	3	4	4	4	15
67	4	5	2	2	13

68	4	4	3	3	14
69	4	4	4	4	16
70	3	3	4	4	14
71	3	3	3	4	13
72	3	3	3	3	12
73	4	4	4	3	15
74	4	4	4	4	16
75	3	3	3	3	12
76	3	3	3	3	12
77	3	3	3	3	12
78	3	4	4	4	15
79	3	3	3	3	12
80	3	3	3	3	12
81	3	3	3	3	12
82	4	4	4	4	16
83	4	4	5	4	17
84	4	4	4	5	17
85	3	5	5	5	18
86	3	3	3	3	12
87	4	3	3	3	13
88	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	3	2	3	2	10
92	3	4	4	4	15
93	3	3	3	3	12
94	4	4	4	4	16
95	2	2	2	2	8
96	4	4	4	4	16
97	3	3	3	3	12
98	4	4	4	4	16
99	3	3	3	3	12
100	3	3	3	3	12

2. Strategi Pemasaran (X₂)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah_X2
1	4	4	4	4	16
2	3	3	3	3	12
3	3	4	4	4	15
4	3	3	3	3	12
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	3	4	3	4	14
8	4	4	4	4	16
9	2	2	2	2	8
10	4	3	3	4	14
11	3	3	3	3	12
12	5	4	5	4	18
13	4	4	4	4	16
14	2	2	2	2	8
15	4	5	5	4	18
16	3	3	3	3	12
17	3	4	5	5	17
18	4	4	4	4	16
19	4	3	3	3	13
20	3	3	3	3	12
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	3	15
23	3	4	4	4	15
24	4	4	4	4	16
25	4	5	4	4	17
26	5	5	4	4	18
27	5	4	4	4	17
28	3	3	3	3	12
29	4	4	3	4	15
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	3	3	3	3	12
33	4	4	3	4	15
34	4	5	4	4	17

35	3	4	5	4	16
36	4	5	5	4	18
37	3	3	3	3	12
38	3	4	3	4	14
39	4	4	5	5	18
40	3	4	3	4	14
41	3	4	4	3	14
42	3	4	3	4	14
43	4	4	4	4	16
44	5	4	4	5	18
45	3	3	3	3	12
46	4	2	2	2	10
47	4	4	3	4	15
48	5	5	5	5	20
49	4	4	4	4	16
50	3	3	3	3	12
51	5	4	3	3	15
52	4	4	4	4	16
53	2	3	2	3	10
54	4	3	4	4	15
55	4	4	4	4	16
56	4	4	3	4	15
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	3	15
59	3	4	4	4	15
60	4	4	4	4	16
61	4	4	3	4	15
62	4	4	4	4	16
63	3	4	4	3	14
64	4	4	4	4	16
65	4	4	4	4	16
66	3	3	4	3	13
67	4	4	3	4	15
68	3	4	4	4	15
69	3	3	3	3	12
70	4	4	4	3	15

71	3	4	3	4	14
72	3	3	3	3	12
73	4	4	3	4	15
74	4	4	4	4	16
75	3	3	3	3	12
76	3	3	3	3	12
77	3	3	3	3	12
78	2	3	4	3	12
79	3	3	3	3	12
80	3	4	3	4	14
81	3	4	4	3	14
82	4	4	4	4	16
83	3	4	4	4	15
84	4	4	4	3	15
85	3	3	4	3	13
86	3	3	3	3	12
87	3	3	3	3	12
88	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16
90	4	4	3	3	14
91	3	3	3	2	11
92	3	3	3	3	12
93	3	3	3	3	12
94	4	4	4	4	16
95	2	2	2	2	8
96	4	4	4	4	16
97	3	3	3	3	12
98	4	4	4	4	16
99	3	3	3	3	12
100	3	3	3	3	12

3. Peningkatan Penjualan (Y)

Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Jumlah Y
1	4	4	4	4	16
2	4	4	4	4	16
3	3	3	3	4	13
4	3	3	3	3	12
5	3	5	5	5	18
6	3	5	5	5	18
7	4	3	3	3	13
8	4	4	4	4	16
9	2	2	2	2	8
10	4	4	4	4	16
11	2	2	2	2	8
12	3	4	4	4	15
13	4	3	3	3	13
14	2	2	2	2	8
15	4	3	4	4	15
16	4	4	4	4	16
17	3	3	4	3	13
18	4	4	4	4	16
19	3	3	3	3	12
20	3	3	3	3	12
21	4	4	4	4	16
22	3	4	3	3	13
23	4	3	4	4	15
24	4	4	4	4	16
25	4	4	3	4	15
26	2	3	3	4	12
27	4	4	5	4	17
28	5	4	5	5	19
29	3	3	4	5	15
30	4	4	4	4	16
31	3	4	4	4	15
32	2	3	3	2	10
33	5	2	4	2	13

34	4	4	5	5	18
35	3	3	3	4	13
36	3	4	5	4	16
37	4	4	4	4	16
38	4	4	4	4	16
39	5	2	3	5	15
40	3	3	3	3	12
41	5	4	5	5	19
42	4	4	4	4	16
43	3	5	4	3	15
44	4	4	4	4	16
45	3	4	4	3	14
46	3	4	4	4	15
47	4	5	2	2	13
48	4	4	4	4	16
49	4	3	4	3	14
50	3	3	4	4	14
51	3	3	3	4	13
52	3	3	3	3	12
53	2	2	2	2	8
54	3	4	3	3	13
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	3	4	4	4	15
59	3	4	4	3	14
60	3	3	3	3	12
61	3	3	3	3	12
62	3	3	4	4	14
63	4	4	5	4	17
64	5	4	5	4	18
65	5	4	5	5	19
66	3	3	3	3	12
67	3	3	3	3	12
68	4	4	4	4	16
69	5	5	5	4	19

70	5	5	4	5	19
71	3	3	4	3	13
72	3	3	3	3	12
73	4	3	4	3	14
74	4	4	4	4	16
75	3	3	3	3	12
76	3	3	3	3	12
77	3	3	3	3	12
78	4	4	4	3	15
79	3	3	3	3	12
80	3	3	3	3	12
81	3	3	3	3	12
82	4	4	4	4	16
83	3	3	4	3	13
84	4	4	4	4	16
85	2	3	3	3	11
86	3	3	3	3	12
87	2	3	3	3	11
88	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16
90	3	3	3	3	12
91	3	2	3	2	10
92	2	5	4	4	15
93	3	3	3	3	12
94	4	4	4	4	16
95	2	2	2	2	8
96	4	4	4	4	16
97	3	3	3	3	12
98	4	4	4	4	16
99	3	4	3	3	13
100	3	3	3	3	12

Lampiran. 3 Karakteristik Responden

1. Berdasarkan Jenis Usia

Statistics		
Usia		
N	Valid	100
	Missing	0

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Remaja = 17-25 tahun	63	63.0	63.0	63.0
	Dewasa = 26-35 tahun	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

2. Berdasarkan jenis kelamin

Statistics		
JK		
N	Valid	100
	Missing	0

JK					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	26	26.0	26.0	26.0
	Perempuan	74	74.0	74.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Lampiran. 4 Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.083	.557		5.533	.000
	E-commerce (X ₁)	-.102	.140	-.074	-.733	.465
	Strategi Pemasaran (X ₂)	.041	.119	.035	.340	.734

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan (Y)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.084 ^a	.007	-.013	.304	2.149

a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran (X₂), E-commerce (X₁)
b. Dependent Variable: Peningkatan penjualan (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

2. Analisis Koefisien Korelasi (R²)

Koefisien Korelasi

Interval Koefisien Korelasi	Keterangan
0,100 – 0,199	Terdapat korelasi sangat rendah
0,200 – 0,399	Terdapat korelasi rendah

0,400 – 0,599	Terdapat korelasi sedang
0,600 – 0,799	Terdapat korelasi kuat
0,800 – 1,000	Terdapat korelasi kuat sekali

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Lampiran. 5 Uji Validitas

A. E-commerce (X₁)

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.282 ^{**}	.014	.082	.614 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.005	.889	.416	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.282 ^{**}	1	-.279 ^{**}	-.127	.363 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.005		.005	.208	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.014	-.279 ^{**}	1	.176	.417 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.889	.005		.079	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.082	-.127	.176	1	.658 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.416	.208	.079		.000
	N	100	100	100	100	100
TotalX1	Pearson Correlation	.614 ^{**}	.363 ^{**}	.417 ^{**}	.658 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

B. Strategi Pemasaran (X₂)

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.142	.335 ^{**}	.436 ^{**}	.312 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.160	.001	.000	.002
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.142	1	.130	-.035	.847 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.160		.196	.727	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.335 ^{**}	.130	1	.496 ^{**}	.322 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.196		.000	.001
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.436 ^{**}	-.035	.496 ^{**}	1	.320 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.727	.000		.001
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.312 ^{**}	.847 ^{**}	.322 ^{**}	.320 ^{**}	1

X2	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.001	
	N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

C. Peningkatan Penjualan (Y)

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.036	.145	.036	.522**
	Sig. (2-tailed)		.720	.149	.722	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.036	1	.117	-.136	.687**
	Sig. (2-tailed)	.720		.246	.177	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.145	.117	1	.422**	.578**
	Sig. (2-tailed)	.149	.246		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.036	-.136	.422**	1	.328**
	Sig. (2-tailed)	.722	.177	.000		.001
	N	100	100	100	100	100
TotalY	Pearson Correlation	.522**	.687**	.578**	.328**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	
	N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>E-commerce</i> (X ₁)	X1.1	.850 ^{**}	0,1966	Valid
	X1.2	.843 ^{**}	0,1966	Valid
	X1.3	.931 ^{**}	0,1966	Valid
	X1.4	.918 ^{**}	0,1966	Valid
Strategi Pemasaran (X ₂)	X2.1	.940 ^{**}	0,1966	Valid
	X2.2	.935 ^{**}	0,1966	Valid
	X2.3	.931 ^{**}	0,1966	Valid
Peningkatan Penjualan (Y)	Y1	.943 ^{**}	0,1966	Valid
	Y2	.882 ^{**}	0,1966	Valid
	Y3	.955 ^{**}	0,1966	Valid
	Y4	.893 ^{**}	0,1966	Valid

Lampiran. 6 Uji Reliabilitas

1. *E-commerce* (X_1)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.649	5

2. Strategi Pemasaran (X_2)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.700	5

3. Peningkatan Penjualan (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.681	5

Variabel	Cronbach Alpha	Alpha	Keterangan
<i>E-commerce</i> (X_1)	0,649	0,649	Reliabel
Strategi Pemasaran (X_2)	0,700	0,700	Reliabel
Peningkatan Penjualan (Y)	0,681	0,681	Reliabel

Lampiran. 7 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

NO		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1.	<i>E-commerce</i> (X ₁)	.996	1.004
2.	Strategi Pemasaran (X ₂)	.996	1.004

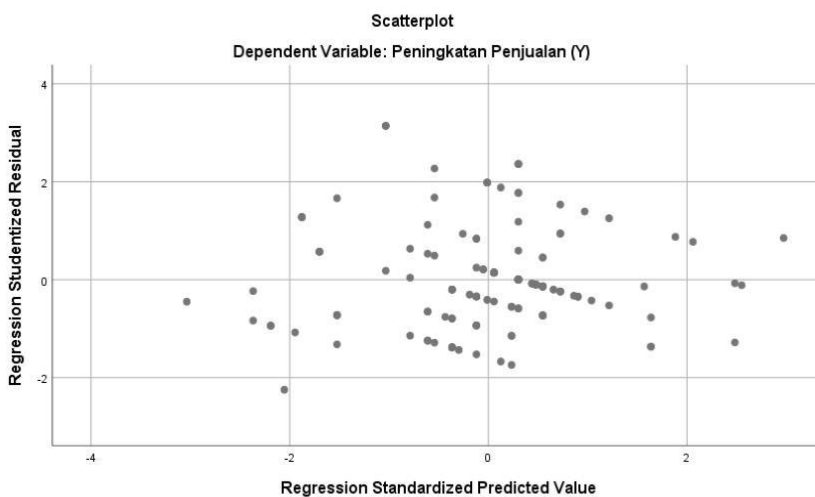
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.083	.557		5.533	.000		
	<i>E-commerce</i> (X ₁)	-.102	.140	-.074	-.733	.465	.996	1.004
	Strategi Pemasaran (X ₂)	.041	.119	.035	.340	.734	.996	1.004

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan (Y)

2. Uji Heteroskedastisitas

<i>Correlations</i>					
			<i>E-commerce</i> (X ₁)	Strategi Pemasaran (X ₂)	Unstandardized Residual
Spearman's rho	<i>E-commerce</i> (X ₁)	Correlation Coefficient	1.000	-.097	.285**
		Sig. (2-tailed)	.	.338	.004
		N	100	100	100
	Strategi Pemasaran (X ₂)	Correlation Coefficient	-.097	1.000	-.191
		Sig. (2-tailed)	.338	.	.058
		N	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.285**	-.191	1.000
		Sig. (2-tailed)	.004	.058	.
		N	100	100	100

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



3. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.084 ^a	.007	-.013	.304	2.149
a. Predictors: (Constant), Strategi Pemasaran(X ₂), e-commerce (X ₁)					
b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan (Y)					

Correlations			
		Strategi Pemasaran (X ₂)	E – commerce (X ₁)
Pearson Correlation	Strategi Pemasaran (X ₂)	1.000	.308
	E – commerce (X ₁)	.308	1.000
	Peningkatan Penjualan (Y)	.417	.531
Sig. (1-tailed)	Strategi Pemasaran (X ₂)	.	.015
	E – commerce (X ₁)	.015	.
	Peningkatan Penjualan (Y)	.001	.000
N	Strategi Pemasaran (X ₂)	50	50
	E – commerce (X ₁)	50	50
	Peningkatan Penjualan (Y)	50	50

4. Normalitas Data

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
<i>E-commerce</i> (X ₁)	.540	100	.000	.225	100	.000
Strategi Pemasaran (X ₂)	.538	100	.000	.278	100	.000
Peningkatan penjualan	.530	100	.000	.342	100	.000

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.44014661
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.121
	Negative	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.852
Asymp. Sig. (2-tailed)		.462
a. Test distribution is Normal.		

Lampiran. 8 Pengujian Hipotesis

1. Uji t (parsial)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.083	.557		5.533	.000
	<i>E-commerce</i> (X ₁)	-.102	.140	-.074	-.733	.465
	Strategi Pemasaran (X ₂)	.041	.119	.035	.340	.734

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan (Y)

2. Uji F (simultan)

ANOVA						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.421	3	8.474	3.835	.016 ^a
	Residual	101.627	46	2.209		
	Total	127.048	49			

a. Predictors: Peningkatan Penjualan (Y)

b. *Dependent Variable*: Strategi Pemasaran(X₂),
e-commerce (X₁)

Lampiran. 9 Surat Keterangan Penelitian



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

No: 021-PENLT/B/HRD SOGAN BATIK/VII/2022

Nama yang bersangkutan dibawah ini telah melakukan penelitian di Sogan Batik Rejodani dan telah kami izinkan yang bersangkutan untuk mempublikasikan hasil penelitian yang telah dilakukan pada perusahaan kami.

Nama : Zulfia Izzati Firdaus
 NIM : 1211600190
 Fakultas : Fakultas manajemen dan bisnis
 Universitas : Universitas 17 Agustus 1945
 Judul penelitian : **"Pengaruh Ecommerce Dan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan CV Sogan Batik Di Masa Pandemi"**

Demikian surat ini kami keluarkan sebagai bukti keterangan resmi dari Sogan Batik Rejodani untuk peneliti yang telah melakukan penelitian kepada perusahaan kami agar dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya dengan penuh bertanggung jawab.

BATIK REJODANI


Yogyakarta, 11 Juli 2022
 HRD Sogan Batik Rejodani


 (Fajar Akbar Esanov, S.Psi)



www.soganbatik.com
(0274) 4360437

Lampiran 10. Kartu Bimbingan Skripsi


UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp. (031) 5925289, Faksimil. (031) 5925289



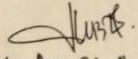
SEMESTER
~~Genap~~ / Genap
 2021, 2022

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa / NBI : Zulfia Lazati Firdaus / 1211600190
 Nama Pembimbing : Dr. Ida Ayu Sri Brahmayanti, MM
 Judul Skripsi : Pengaruh e-commerce dan strategi pemasaran terhadap Peningkatan penjualan CV. Soeman batik regadani dimasa pandemi
 Mulai Program Skripsi : Semester 12 Thn. Ak. 2021-2022 Selesai Bimbingan Tanggal.....

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	11-09-2021	Judul	Acc	YE
2.	03-07-2021	Proposal	Revisi	YE
3.	16-07-2021	Proposal	Revisi	YE
4.	22-08-2021	Proposal	Acc	YE
5.	03-03-2022	Bab I, II, III	revisi	YE
6.	16-03-2022	Bab I, II, IV	revisi	YE
7.	5-04-2022	Bab I, II, III	Acc	YE
8.	17-05-2022	Bab IV, V	revisi	YE
9.	27-05-2022	Bab IV, V	revisi	YE
10.	2-06-2022	Bab IV, V	revisi	YE
11.	07-06-2022	Bab IV, V	Acc bab V	YE
12.	08-07-2022	Bab V	Acc	YE

Perpanjangan I _____
 Semester : _____
 Th. Ak. : _____
 Paraf Kajar : _____

Surabaya, 08-07-2022

Ida Ayu Sri Brahmayanti
 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)

Lampiran. 11 Cek Turnitin

Cek

ORIGINALITY REPORT

20%
SIMILARITY INDEX

18%
INTERNET SOURCES

8%
PUBLICATIONS

10%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Dspace.Uii.Ac.Id Internet Source	1%
2	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%
3	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%
4	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
5	123dok.com Internet Source	1%
6	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1%
7	core.ac.uk Internet Source	1%
8	text-id.123dok.com Internet Source	1%
9	es.scribd.com	