

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 1	Matriks Tinjauan Empiris	15
Tabel 2	Definisi Operasional Penelitian	47
Tabel 3	Instrumen Penelitian	48
Tabel 4	Deskripsi Jenis Kelamin Responden Penelitian	57
Tabel 5	Deskripsi Usia Responden Penelitian	58
Tabel 6	Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden Penelitian	58
Tabel 7	Peran Responden dalam UMK	59
Tabel 8	Lama Usaha Berjalan	59
Tabel 9	Jumlah Karyawan yang Dimiliki UMK	60
Tabel 10	Omset Bulanan	60
Tabel 11	Frekuensi Penggunaan Pemasaran Digital per Bulan	61
Tabel 12	Pemasaran Digital yang Sudah Digunakan	61
Tabel 13	Pemasaran Digital yang Paling Sering Digunakan	62
Tabel 14	Kategori Skala Interval Jawaban Responden	62
Tabel 15	Penilaian Responden Terhadap Variabel Pemasaran Digital	63
Tabel 16	Penilaian Responden Terhadap Variabel Kinerja Pemasaran	64
Tabel 17	Penilaian Responden Terhadap Variabel Kelincahan Masuk Pasar	64
Tabel 18	Penilaian Responden Terhadap Variabel Kemampuan Inovasi	65
Tabel 19	Nilai AVE Variabel Penelitian	66
Tabel 20	Nilai HTMT Variabel Penelitian	66
Tabel 21	Nilai <i>Loading Factor</i> Indikator Penelitian	67
Tabel 22	Nilai Pengujian Ulang <i>Loading Factor</i> Indikator Penelitian	68
Tabel 23	Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> Variabel Penelitian	68
Tabel 24	Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung Antar Variabel	71
Tabel 25	Hasil Pengujian Peran Variabel Mediasi	71
Tabel 26	Hasil Pengujian Peran Variabel Moderasi	72