

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH* (WOM)
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA UMKM SEKTOR
MAKANAN TRADISIONAL DI KOTA BLITAR

A. Petunjuk pengisian

1. Isilah data diri anda dengan benar.
2. Bacalah dengan teliti setiap pertanyaan dan jawablah sesuai pendapat anda.
3. Berilah tanda ceklist (√) pada jawaban yang anda pilih.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

N : Netral (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

B. Identitas responden

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : 19-21 tahun 22 – 25 tahun > 25 tahun

C. Variabel penelitian

1. *Digital Marketing* (X1)

DAFTAR PERTANYAAN						
No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<i>DIGITAL MARKETING</i>						
1.	Saya merasa mudah mengakses informasi tentang produk makanan tradisional melalui <i>platform digital</i> .					
2.	Saya dapat berinteraksi dengan penjual atau pemilik UMKM melalui media sosial atau <i>platform digital</i> lainnya.					
3.	Konten yang disajikan oleh UMKM di media sosial memberikan hiburan bagi saya.					
4.	Saya yakin bahwa ulasan pelanggan di media <i>digital</i> mencerminkan kualitas produk yang sebenarnya.					
5.	Saya merasa terganggu dengan iklan atau promosi yang berlebihan dari UMKM di media <i>digital</i> .					
6.	Informasi yang disampaikan oleh UMKM melalui <i>digital marketing</i> sangat informatif dan membantu saya dalam mengambil keputusan.					

2. *Word Of Mouth (X2)*

DAFTAR PERTANYAAN						
No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
WORD OF MOUTH (WOM)						
1.	Saya sering membicarakan produk makanan tradisional yang saya temui dengan teman atau keluarga.					
2.	Saya mempromosikan produk makanan tradisional yang saya sukai kepada orang lain.					
3.	Saya merekomendasikan produk makanan tradisional kepada teman atau keluarga setelah mencobanya.					

3. *Minat Beli Konsumen (Y)*

DAFTAR PERTANYAAN						
No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
MINAT BELI KONSUMEN (Y)						
1.	Saya memiliki minat untuk melakukan transaksi pembelian produk makanan tradisional setelah melihat promosi.					
2.	Saya cenderung merekomendasikan produk makanan tradisional kepada orang lain setelah membelinya.					
3.	Saya lebih memilih produk makanan tradisional yang saya ketahui dari rekomendasi orang lain.					
4.	Saya tertarik untuk mengeksplorasi berbagai produk makanan tradisional yang ditawarkan oleh UMKM.					

Data Rekapitulasi Variabel X1

No	<i>Digital Marketing</i>						Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	4	4	4	5	5	27
2	5	4	4	5	5	4	27
3	4	4	4	5	5	4	26
4	3	4	5	4	5	4	25
5	4	5	4	5	5	4	27
6	5	4	2	1	2	5	19
7	5	5	5	5	4	5	29
8	4	4	5	3	3	4	23
9	4	4	5	4	5	5	27
10	3	3	4	4	3	4	21
11	5	5	5	5	1	5	26
12	2	3	3	4	4	5	21
13	2	4	5	4	2	5	22
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	3	5	5	5	28
16	5	5	5	4	4	4	27
17	4	5	4	5	3	4	25
18	5	5	3	5	1	5	24
19	3	4	3	3	3	4	20
20	5	5	3	4	3	5	25
21	4	4	4	5	3	4	24
22	4	5	4	4	3	4	24
23	3	3	3	3	3	3	18
24	4	3	4	4	3	5	23
25	5	4	3	5	2	5	24
26	5	5	5	5	3	5	28
27	5	5	5	4	3	5	27
28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	4	4	5	4	5	27
30	4	4	3	5	4	5	25
31	5	4	5	3	4	4	25
32	4	3	5	3	3	4	22
33	4	5	4	4	5	4	26
34	3	5	5	3	3	4	23
35	4	4	5	5	5	5	28
36	4	5	3	4	3	4	23
37	5	4	5	3	5	5	27
38	4	3	3	5	4	3	22
39	4	5	4	4	5	4	26
40	4	4	4	4	5	4	25
41	4	4	4	4	5	4	25
42	5	4	4	5	4	4	26

No	<i>Digital Marketing</i>						Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
43	1	1	3	1	1	1	8
44	5	5	5	4	5	4	28
45	3	2	2	2	1	3	13
46	4	4	5	4	4	4	25
47	4	5	4	5	3	3	24
48	5	5	3	5	3	4	25
49	4	5	4	4	3	4	24
50	5	5	4	4	4	4	26
51	5	4	4	5	5	5	28
52	4	4	5	4	5	5	27
53	4	5	3	4	4	5	25
54	5	4	5	5	4	4	27
55	5	4	4	4	5	4	26
56	5	5	4	4	5	4	27
57	5	5	4	4	5	4	27
58	5	2	5	4	2	3	21
59	4	4	4	5	5	5	27
60	4	5	4	5	5	4	27
61	3	4	5	4	5	4	25
62	5	3	4	3	4	3	22
63	1	3	1	1	2	2	10
64	3	5	5	3	3	4	23
65	4	5	5	5	4	5	28
66	5	5	4	3	4	4	25
67	4	4	5	4	4	4	25
68	5	5	4	4	5	4	27
69	5	5	5	3	3	4	25
70	4	4	5	4	5	4	26
71	5	5	5	4	3	4	26
72	4	4	4	5	4	4	25
73	4	4	5	3	4	4	24
74	2	4	4	3	4	4	21
75	4	4	4	4	5	5	26
76	4	4	4	4	5	4	25
77	4	5	4	4	5	3	25
78	2	3	5	5	3	3	21
79	5	4	4	5	4	4	26
80	5	5	5	5	4	5	29
81	5	4	5	4	4	3	25
82	4	5	4	5	4	5	27
83	4	5	4	3	4	5	25
84	4	3	5	4	4	3	23
85	4	3	5	4	3	5	24
86	3	4	5	3	4	3	22

No	<i>Digital Marketing</i>						Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
87	4	5	5	4	5	4	27
88	5	4	4	3	4	5	25
89	1	1	2	1	1	1	7
90	3	3	5	4	4	4	23
91	1	1	1	3	3	3	12
92	3	5	4	3	4	4	23
93	4	4	3	4	3	5	23
94	4	4	4	5	4	4	25
95	4	5	4	4	5	4	26
96	4	4	3	5	5	4	25
97	5	5	4	4	4	5	27
98	5	4	5	4	4	5	27
99	4	5	3	4	5	3	24
100	4	3	5	4	4	3	23
	407	415	411	400	384	412	2429

Data Rekapitulasi Variabel X2

No	<i>Word Of Mouth (WOM)</i>			Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	
1	5	5	5	15
2	5	5	5	15
3	5	5	4	14
4	2	4	5	11
5	4	5	5	14
6	4	2	4	10
7	5	5	5	15
8	5	4	5	14
9	4	4	5	13
10	2	3	4	9
11	5	5	5	15
12	4	3	3	10
13	3	4	4	11
14	5	5	5	15
15	4	4	5	13
16	4	5	4	13
17	3	5	5	13
18	5	5	5	15
19	4	4	4	12
20	5	5	4	14
21	3	4	4	11
22	4	4	5	13
23	3	4	4	11
24	3	3	4	10
25	4	3	4	11
26	4	4	4	12
27	5	5	5	15
28	5	5	5	15
29	4	4	4	12
30	4	4	4	12
31	5	4	3	12
32	3	4	3	10
33	4	4	4	12
34	4	4	4	12
35	5	4	5	14
36	4	5	4	13
37	3	3	5	11
38	4	5	4	13
39	4	4	4	12
40	5	5	5	15
41	5	3	4	12
42	4	5	4	13

No	<i>Word Of Mouth (WOM)</i>			Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	
43	1	1	2	4
44	5	5	5	15
45	1	2	1	4
46	4	4	4	12
47	4	4	5	13
48	3	4	5	12
49	4	5	5	14
50	5	3	3	11
51	4	5	4	13
52	5	4	5	14
53	5	3	5	13
54	4	4	5	13
55	5	5	4	14
56	4	5	4	13
57	4	4	5	13
58	3	5	5	13
59	5	4	4	13
60	3	4	4	11
61	5	4	3	12
62	4	3	3	10
63	2	4	5	11
64	4	4	3	11
65	5	4	5	14
66	4	4	5	13
67	5	4	5	14
68	4	4	4	12
69	1	3	1	5
70	4	4	4	12
71	3	4	4	11
72	4	5	5	14
73	4	5	4	13
74	4	5	5	14
75	4	5	4	13
76	5	3	5	13
77	4	4	4	12
78	3	3	4	10
79	5	4	4	13
80	5	5	3	13
81	5	5	5	15
82	5	3	3	11
83	3	3	5	11
84	3	3	3	9
85	4	4	5	13
86	5	5	4	14

No	<i>Word Of Mouth (WOM)</i>			Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	
87	3	3	5	11
88	5	5	5	15
89	1	1	2	4
90	5	5	5	15
91	1	2	3	6
92	3	4	4	11
93	5	3	4	12
94	4	4	5	13
95	4	5	5	14
96	4	3	4	11
97	4	4	3	11
98	5	4	4	13
99	5	5	3	13
100	3	3	3	9
	397	403	418	1218

Data Rekapitulasi Variabel Y1

No	Minat Beli Konsumen				Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y1
1	5	4	5	5	19
2	5	5	5	5	20
3	5	4	4	4	17
4	2	4	3	3	12
5	3	5	4	5	17
6	4	1	2	5	12
7	5	5	5	5	20
8	3	4	3	4	14
9	5	5	5	5	20
10	3	3	4	3	13
11	5	5	5	5	20
12	4	3	4	5	16
13	4	4	5	4	17
14	5	5	5	5	20
15	4	4	5	3	16
16	5	4	5	4	18
17	4	5	4	4	17
18	5	5	3	4	17
19	4	3	4	4	15
20	5	4	4	5	18
21	5	4	4	4	17
22	4	4	3	4	15
23	3	3	3	4	13
24	4	4	4	5	17
25	5	3	4	3	15
26	4	4	4	5	17
27	5	5	5	5	20
28	4	4	5	4	17
29	5	5	4	5	19
30	4	4	5	5	18
31	4	5	4	5	18
32	4	4	4	4	16
33	5	5	4	3	17
34	4	5	5	5	19
35	4	4	4	4	16
36	5	5	3	5	18
37	3	3	4	4	14
38	3	5	5	4	17
39	5	4	4	5	18
40	4	5	4	4	17
41	5	4	5	4	18
42	5	4	5	4	18

No	Minat Beli Konsumen				Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y1
43	2	2	2	3	9
44	5	4	5	5	19
45	2	1	1	3	7
46	4	4	5	4	17
47	4	4	4	3	15
48	5	4	5	3	17
49	5	3	3	4	15
50	5	4	3	3	15
51	4	5	5	5	19
52	5	4	5	5	19
53	3	5	4	4	16
54	4	4	4	3	15
55	5	5	4	5	19
56	4	4	4	4	16
57	4	5	2	5	16
58	4	3	4	5	16
59	4	5	5	2	16
60	3	3	3	3	12
61	3	3	5	4	15
62	2	3	4	3	12
63	5	4	3	3	15
64	4	5	3	5	17
65	5	5	4	5	19
66	5	3	3	4	15
67	4	4	4	4	16
68	5	4	4	4	17
69	1	4	3	5	13
70	4	5	4	4	17
71	5	4	4	4	17
72	4	4	5	5	18
73	5	5	4	5	19
74	4	5	5	4	18
75	4	5	5	4	18
76	3	4	5	4	16
77	4	2	5	4	15
78	4	5	3	4	16
79	4	5	5	4	18
80	4	4	4	4	16
81	4	4	5	4	17
82	4	4	4	4	16
83	3	4	3	4	14
84	4	5	4	4	17
85	3	3	5	1	12
86	3	3	5	3	14

No	Minat Beli Konsumen				Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y1
87	4	4	4	3	15
88	4	5	4	5	18
89	2	2	2	2	8
90	4	3	5	4	16
91	2	3	3	3	11
92	4	5	5	4	18
93	3	4	4	5	16
94	5	5	5	5	20
95	4	5	5	4	18
96	5	5	4	4	18
97	4	4	5	4	17
98	3	4	4	4	15
99	4	3	4	3	14
100	4	5	4	4	17
	403	407	410	408	1628

Hasil Statistik Deskriptif Variabel*Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Digital Marketing	100	7.00	30.00	24.2900	4.03093
Word Of Mouth	100	4.00	15.00	12.1800	2.33714
Minat Beli Konsumen	100	7.00	20.00	16.2800	2.52295
Valid N (listwise)	100				

Digital Marketing	Pearson Correlation	.766**	.754**	.604**	.728**	.654**	.703**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Word Of Mouth (WOM)
X2.1	Pearson Correlation	1	.559**	.438**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.559**	1	.513**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.438**	.513**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Word Of Mouth (WOM)	Pearson Correlation	.835**	.838**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Minat Beli Konsumen
Y1.1	Pearson Correlation	1	.414**	.351**	.362**	.749**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.414**	1	.393**	.395**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.351**	.393**	1	.169	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.092	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.362**	.395**	.169	1	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.092		.000
	N	100	100	100	100	100
Minat Beli Konsumen	Pearson Correlation	.749**	.776**	.673**	.659**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Hasil Output SPSS Uji Reliabilitas**Variabel X1**

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.790	6

Variabel X2

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.749	3

Variabel Y1

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.682	4

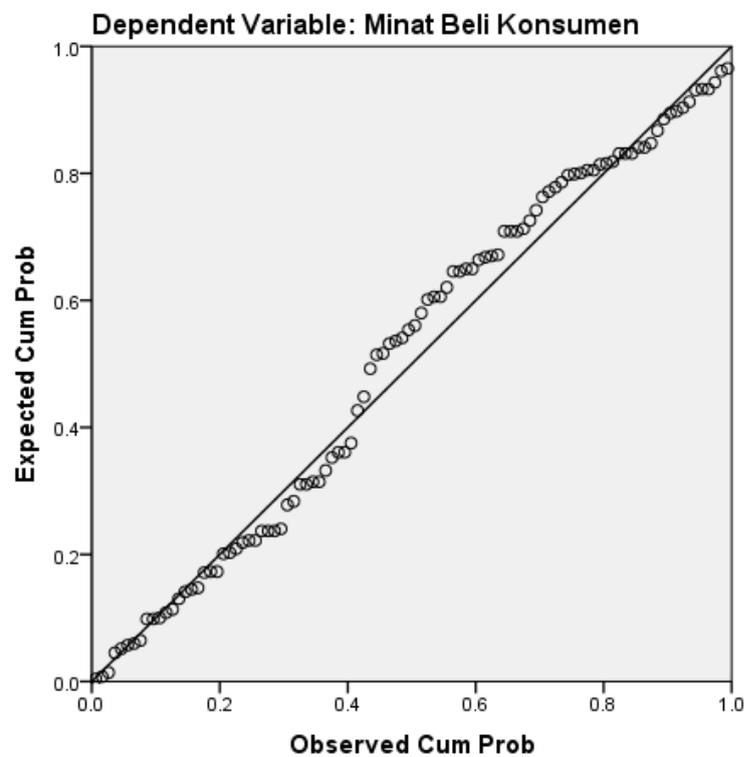
Hasil Output SPSS Uji Normalitas**Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov Smirnov****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.0153180
	Std. Deviation	.98972772
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.067
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-P Plot**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

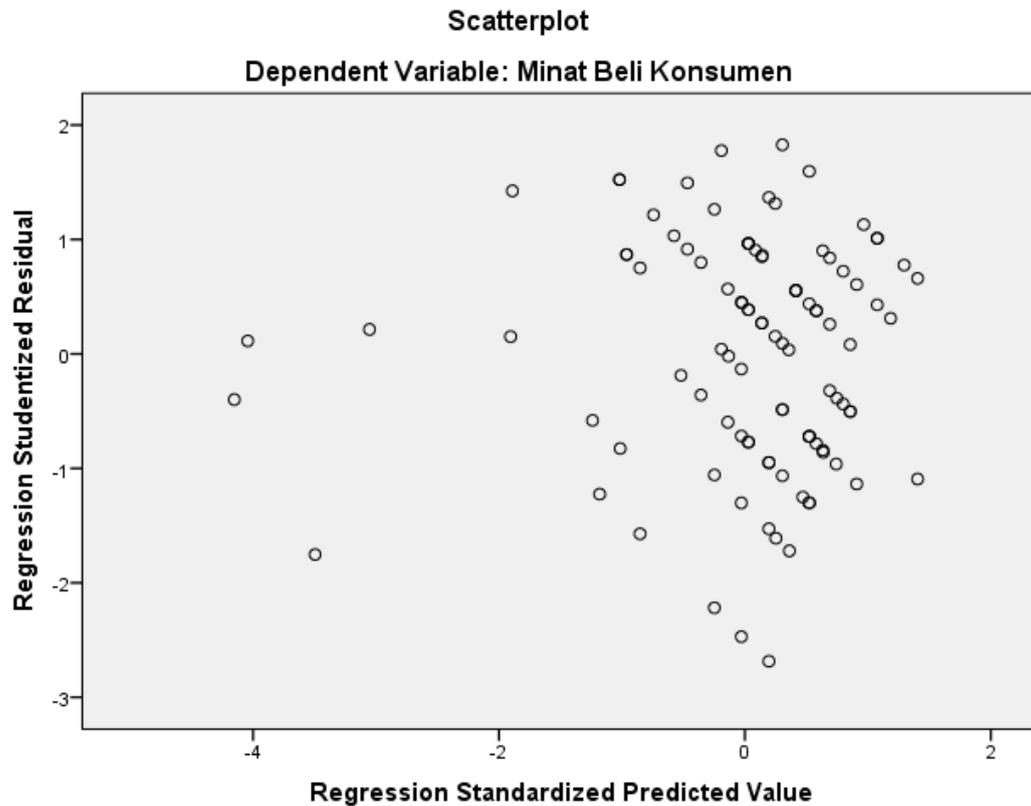
Hasil Output SPSS Uji MultikolonieritasCoefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.167	1.099		4.700	.000		
Digital Markeeting	.202	.059	.323	3.409	.001	.535	1.868
Word Of Mouth (WOM)	.510	.102	.472	4.986	.000	.535	1.868

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Hasil Output SPSS Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan *Scatterplot*



Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji *Glejser*

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.851	.337		2.526	.013
Digital Marketing	.004	.018	.034	.242	.810
Word Of Mouth (WOM)	-.010	.031	-.045	-.327	.745

a. Dependent Variable: ABSRES

Hasil Output SPSS Uji Regresi Linier Berganda

Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.167	1.099		4.700	.000
Digital Marketing	.202	.059	.323	3.409	.001
Word Of Mouth (WOM)	.510	.102	.472	4.986	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Hasil Output SPSS Uji Autokorelasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.731 ^a	.535	.525	1.73876	2.008

a. Predictors: (Constant), *Word Of Mouth* (WOM), *Digital Marketing*

b. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Hasil Output SPSS Uji T**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.167	1.099		4.700	.000
Digital Marketing	.202	.059	.323	3.409	.001
Word Of Mouth (WOM)	.510	.102	.472	4.986	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Hasil Output SPSS Uji F**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	336.902	2	168.451	55.718	.000 ^b
	Residual	293.258	97	3.023		
	Total	630.160	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

b. Predictors: (Constant), *Word Of Mouth* (WOM), *Digital Marketing*

Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi (R^2)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731 ^a	.535	.525	1.73876

a. Predictors: (Constant), *Word Of Mouth* (WOM), *Digital Marketing*

b. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen



YAYASAN BINA CITRA ANAK BANGSA
UNIVERSITAS ISLAM BALITAR BLITAR
Serketariat/Kampus : Jl. Majapahit No. 4 Telp/Fax (0342) 813145
Blitar – Jawa Timur

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AMELIA MUTIARA RUBINA
N I M : 21106620009
Fakultas : EKONOMI
Program Studi : MANAJEMEN
Program Pendidikan : S1 Manajemen
Judul PKL : **“Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Sektor Makanan Tradisional di Kota Blitar”**
Tgl Pengajuan Skripsi : 12 Maret 2025
Konsultasi :

NO.	TANGGAL	PARAF PEMBIMBING	MATERI KONSULTASI
1	12 Maret 2025		Pengajuan Judul
2	13 Maret 2025		Bimbingan Babo I - II
3	20 Maret 2025		Revisi Babo I - II
4	27 Maret 2025		Bimbingan Babo III
5	16 April 2025		Revisi Babo III
6	23 April 2025		Bimbingan Babo III dan IV
7	7 Mei 2025		Revisi Babo III dan IV
8	14 Mei 2025		ACC Ujian
9			
10			

Tgl Selesai Skripsi :
Keterangan : Bimbingan Telah Selesai

Dosen Pembimbing I

Dr. DENOK WAHYUDI SR., S.T., M.M
NIDN.0625088201



YAYASAN BINA CITRA ANAK BANGSA
UNIVERSITAS ISLAM BALITAR BLITAR
Sekretariat/Kampus : Jl. Majapahit No. 4 Telp/Fax (0342) 813145
Blitar – Jawa Timur

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : AMELIA MUTIARA RUBINA
N I M : 21106620009
Fakultas : EKONOMI
Program Studi : MANAJEMEN
Program Pendidikan : S1 Manajemen
Judul PKL : **“Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Sektor Makanan Tradisional di Kota Blitar”**
Tgl Pengajuan Skripsi : 12 Maret 2025
Konsultasi :

NO.	TANGGAL	PARAF PEMBIMBING	MATERI KONSULTASI
1	15 Mei 2025		Konsultasi BAB I-IV (Revisi)
2	16 Mei 2025		Konsultasi lampiran dan balasan
3	19 Mei 2025		Revisi lampiran dan balasan
4	20 Mei 2025		Konsultasi BAB I-IV
5	22 Mei 2025		Konsultasi BAB I-IV
6	23 Mei 2025		Konsultasi BAB I-IV
7	26 Mei 2025		Konsultasi BAB I-IV lengkap
8	27 Mei 2025		Acc Ujian
9			
10			

Tgl Selesai Skripsi :

Keterangan : Bimbingan Telah Selesai

Dosen Pembimbing II

INDARI UMAYAH., S.Ak., M.M
NIDN. 0711019701

Kepada,
Yth. Dr. DENOK WAHYUDI SR., S.T., M.M
Di Tempat

Blitar, 12 Maret 2025

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : AMELIA MUTIARA RUBINA
N I M : 21106620009
Fakultas : EKONOMI
Progran Studi : MANAJEMEN

Dengan ini saya mengajukan permohonan judul skripsi sebagai berikut :

Judul : **“Pengaruh *Digital Marketing* dan *Word Of Mouth* (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Sektor Makanan Tradisional di Kota Blitar”**

Permasalahan : 1. Bagaimana pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli konsumen pada UMKM sektor makanan tradisional di Kota Blitar?
2. Bagaimana pengaruh *word of mouth* (WOM) terhadap minat beli konsumen pada UMKM sektor makanan tradisional di Kota Blitar?
3. Bagaimana pengaruh *digital marketing* dan *word of mouth* (WOM) terhadap minat beli konsumen pada UMKM sektor makanan tradisional di Kota Blitar?

Demikian atas perhatian dan persetujuan serta bimbingannya lebih lanjut dari Bapak/Ibu, saya ucapakan terimakasih.

Menyetujui,
Pembimbing,



Dr. DENOK WAHYUDI SR., S.T., M.M
NIDN.0625088201

Yang Mengajukan,



AMELIA MUTIARA RUBINA
NIM.211106620009



YAYASAN BINA CITRA ANAK BANGSA
UNIVERSITAS ISLAM BALITAR BLITAR
Serketariat/Kampus : Jl. Majapahit No. 4 Telp/Fax (0342) 813145
Blitar – Jawa Timur

PERMOHONAN UJIAN SKRIPSI

Assalamu'alaikum Wr.Wb,

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Amelia Mutiara Rubina

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/ Tanggal Lahir : Blitar, 6 Februari 2003

Alamat : Jl. Sukun No. 9D RT 02 Rw 11 Sukorejo, Kota Blitar

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti UJIAN SKRIPSI pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 04 Juni 2025

Dengan judul skripsi : **“Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Sektor Makanan Tradisional di Kota Blitar”**

Demikian atas perkenanya diucapkan terima kasih

Blitar, 4 Juni 2025
Mahasiswa,

AMELIA MUTIARA RUBINA



YAYASAN BINA CITRA ANAK BANGSA

UNIVERSITAS ISLAM BALITAR BLITAR

Sekretariat/Kampus: Jl. Majapahit No. 4 Telp/Fax (0342) 813145
Blitar – Jawa Timur

LEMBAR REVISI

N I M : 21106620009
Nama Mahasiswa : AMELIA MUTIARA RUBINA
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : **“Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Sektor Makanan Tradisional di Kota Blitar”**

Naskah yang harus direvisi:

1.
2.
3.
4.
5.

Blitar, 4 Juni 2025

Persetujuan Revisi/Perbaikan

Penguji I


(.....)


(.....)



YAYASAN BINA CITRA ANAK BANGSA

UNIVERSITAS ISLAM BALITAR BLITAR

Sekretariat/Kampus : Jl. Majapahit No. 4 Telp/Fax (0342) 813145
Blitar – Jawa Timur

LEMBAR REVISI

N I M : 21106620009
Nama Mahasiswa : AMELIA MUTIARA RUBINA
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : **“Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Sektor Makanan Tradisional di Kota Blitar”**

Naskah yang harus direvisi:

1.
2.
3.
4.
5.

Blitar, 4 Juni 2025

Persetujuan Revisi/Perbaikan

Ace
10/6
.....
(.....)

Penguji II

.....
Dr/Depok
(.....)



YAYASAN BINA CITRA ANAK BANGSA

UNIVERSITAS ISLAM BALITAR BLITAR

Sekretariat/Kampus : Jl. Majapahit No. 4 Telp/Fax (0342) 813145
Blitar – Jawa Timur

LEMBAR REVISI

N I M : 21106620009
Nama Mahasiswa : AMELIA MUTIARA RUBINA
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : **“Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Sektor Makanan Tradisional di Kota Blitar”**

Naskah yang harus direvisi:

1. Daftar label belum miring y bahasa Asing
2. Hal 74 Spasi
3.
4.
5.

Blitar, 4 Juni 2025

Persetujuan Revisi/Perbaikan

(INDARI UMAZAH...)

Penguji III

(INDARI UMAZAH...)