

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* DAN *IMPLEMENTATION OF
DIGITAL MARKETING* TERHADAP *BUSINESS SUSTAINABILITY*
(STUDI PADA TOKO KOSMETIK DI BANJARMASIN)**



Di Ajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

ADINDA SALSABILA

NIM: 2010312320012

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH SERVICE QUALITY DAN IMPLEMENTATION OF
DIGITAL MARKETING TERHADAP BUSINESS SUSTAINABILITY
(STUDI PADA TOKO KOSMETIK DI BANJARMASIN)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

ADINDA SALSABILA

NIM : 2010312320012

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada 25 Maret 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



Widyarfendhi, SE, M. Si

NIP.19761106 200604 1 002

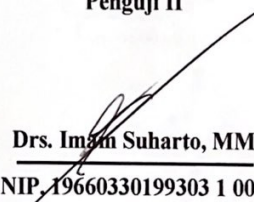
Penguji I



Ahmad Rifani, SE., MM

NIP. 19780705200312 1 002

Penguji II

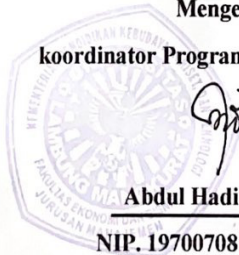


Drs. Imam Suharto, MM

NIP. 19660330199303 1 002

Mengetahui

koordinador Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE. M. Si

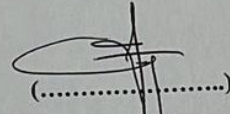
NIP. 19700708 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

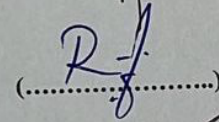
Nama : Adinda Salsabila
NIM : 2010312320012
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* dan *Implementation of Digital Marketing* Terhadap *Business Sustainability* (Studi Pada Toko Kosmetik Di Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Ujian Dilaksanakan : Senin, 25 Maret 2024
Waktu Ujian : 10.00 – 12.00 WITA

Tim Penguji

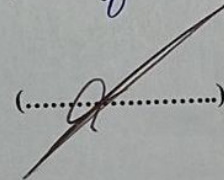
Pembimbing : Widyarfendhi, SE.M. Si

(.....)


Penguji I : Ahmad Rifani, SE. MM

(.....)


Penguji II : Drs. Imam Suharto, MM


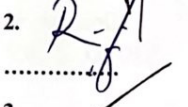

(.....)


BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat

Nama : Adinda Salsabila
NIM : 2010312320012
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Service Quality dan Implementation of Digital Marketing Terhadap Business Sustainability (Studi Pada Toko Kosmetik Di Banjarmasin)
Hari/Tanggal : Senin/ 25 Maret 2024
Tempat : Ruang Ujian 2
Waktu Ujian : 10.00-12.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari tim penguji:

No.	Nama	keterangan	TTD
	Widyarfendhi, SE.M. Si	Pembimbing	1. 
	Ahmad Rifani, SE., MM	Penguji I	2. 
	Drs. Imam Suharto, MM	Penguji II	3. 

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari tim penguji.

Banjarmasin, 2024

Mahasiswa

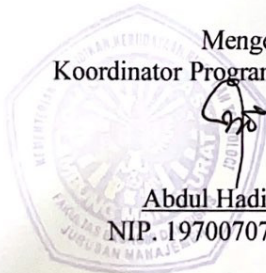


Adinda Salsabila
NIM. 2010312320012

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE, M. Si
NIP. 19700707200501 1 001



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapa pun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 19 Maret 2024
Yang membuat pernyataan,



Adinda Salsabila
NIM. 2010312320012

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Service Quality* dan *Implementation of Digital Marketing* Terhadap *Business Sustainability* (Studi Pada Toko Kosmetik di Banjarmasin)”. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana (S1) Manajemen pada fakultas ekonomi dan bisnis universitas lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terus selesai karena adanya bantuan baik moril maupun materil dari berbagai pihak, oleh karena itulah pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga ah dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada bapak/ibu serta rekan rekan sebagai berikut:

1. Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan, kelancaran, rahmat dan kasih sayang kepada saya sampai saat ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE., M. Si selaku rektor Universitas Lambung Mangkurat, yang telah mengizinkan saya menuntut ilmu di Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M. Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

5. Bapak Doni Stiadi, S. Si, M. Si selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu, memberikan saran, dan memotivasi saya selama masa perkuliahan berlangsung.
6. Bapak Widyarfendhi, SE.M. Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan serta motivasi kepada penulis selama ini sehingga penulisan skripsi ini berjalan dengan baik dan benar.
7. Bapak Ahmad Rifani, SE., MM dan Bapak Drs. Imam Suharto, MM selaku dosen penguji dalam ujian skripsi yang telah membantu dalam penyempurnaan skripsi.
8. Seluruh dosen pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.
9. Kedua orang tua tercinta Francisco Hattu dan Hadijah dan saudari saya Irvina Ayu Saputri serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan semangat, dukungan baik secara moril dan materil serta do'a dan kasih sayang yang tak habis-habisnya kepada penulis.
10. Muhammad Abdurrahman, selalu mendoakan, memberikan semangat, dan menghibur dalam keluh kesah penulis serta memberikan perhatian yang berharga bagi penulis.
11. Sahabat-sahabatku Ahmad Danu Warta, Ahmad Rayhan, Annisa Salsabila Latif, Muhammad Fatihudin, Mas jek, Rafi, dan udil yang sudah menemani dan menjadi *support system* terbaik baik moral dan materil.

12. Nesti Agustin dan Nurhaliza selaku sahabat yang menemani dalam suka dan duka, juga sebagai pendengar yang baik dan pemberi masukan di setiap penulis mengambil keputusan.
13. Aila At-Thoyyar, Salma Alifa, Istiana Yuliarny yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan menjadi teman yang baik dalam setiap harinya.
14. Noor lisnaini, Fitria Azzahra Rezeqi, Ananda Lestari, M. Hafiz Fauzan selaku kawan sejati dan penyelamat saya yang selalu menemani penulis berjuang sama-sama dari awal menjalani perkuliahan hingga penulis mengerjakan skripsi.
15. Maulia Rahmah, Maulida Meisyarah, Dwi Seftiany, Revandi, dan Bayu yang menjadi teman seperjuangan skripsi yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk melakukan bimbingan dan berjuang Bersama mengerjakan skripsi.
16. Norhalida, Maulia, Laila, Caca, Ellen selaku sahabat saya di kelas Kewirausahaan yang telah membantu saya dalam perkuliahan.
17. Untuk teman-teman di Manajemen Angkatan 2020, khususnya kelas C yang telah mendukung dan menyemangati dalam penulisan skripsi.
18. Untuk semua sahabat dan saudara, serta seluruh pihak yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
19. Diri saya sendiri Adinda Salsabila yang sudah berproses dan berjuang untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir skripsi. Terima kasih karena sudah memberikan yang terbaik.

Semoga amal baik mereka memperoleh balasan baik dari Allah SWT dan selalu dalam perlindungan nya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini, masih jauh

dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, 19 Maret 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Adinda Salsabila', written in a cursive style.

Adinda Salsabila

NIM. 2010312320012

ABSTRACT

Adinda Salsabila (2024). *The Influence of Service Quality and Implementation of Digital Marketing on Business Sustainability (Study at Cosmetic Stores in Banjarmasin).* Management Study Program. Faculty of Economics and Business. Lambung Mangkurat University. Supervisor: Widyarfendhi.

This research aims to test and analyze: (1) the influence of Service Quality on the Business Sustainability of Cosmetic Stores in Banjarmasin and (2) the influence of Implementation of Digital Marketing on the Business Sustainability of Cosmetic Stores in Banjarmasin

This type of research is quantitative research. The population used in this research is cosmetics shop and has social media as many as 35 respondents. The sampling technique used in this research was purposive sampling using a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

The research results show that (1) Service Quality has no significant effect on the Business Sustainability of Cosmetic Shops in Banjarmasin and (2) Implementation of Digital Marketing has a significant effect on the Business Sustainability of Cosmetic Shops in Banjarmasin.

Keywords: *Service Quality, implementation of Digital Marketing, Sustainability*

ABSTRAKSI

Adinda Salsabila (2024). Pengaruh *Service Quality* dan *Implementation of Digital Marketing* Terhadap *Business Sustainability* (Studi Pada Toko Kosmetik di Banjarmasin). Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Lambung Mangkurat. Pembimbing: **Widyarfendhi**.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis: (1) pengaruh *Service Quality* terhadap *Business Sustainability* Toko Kosmetik di Banjarmasin dan (2) pengaruh *Implementation of Digital Marketing* terhadap *Business Sustainability* Toko Kosmetik di Banjarmasin

Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah merupakan toko kosmetik dan memiliki media sosial sebanyak 35 orang responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Service Quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Business Sustainability* Toko Kosmetik di Banjarmasin dan (2) *Implementation of Digital Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Business Sustainability* Toko Kosmetik di Banjarmasin.

Kata Kunci: *Service Quality, mplementation of Digital Marketing, siness Sustainability*

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSIError! Bookmark not defined.	
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	i
KATA PENGANTAR	ii
ABSTRACT	vi
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
1.4.1 Manfaat Akademis	18
1.4.2 Manfaat Praktis	18
1.5 Sistematika Pembahasan	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teori	20
2.1.1 <i>Business Sustainability</i> (Keberlanjutan Usaha)	20
2.1.1.1 Pengertian <i>Business Sustainability</i> (Keberlanjutan Usaha)	20
2.1.1.2 Jenis-Jenis <i>Business Sustainability</i> (Keberlanjutan Usaha)	23
2.1.1.3 Manfaat <i>Business Sustainability</i> (Keberlanjutan Usaha)....	24
2.1.1.4 Faktor yang Mempengaruhi <i>Business Sustainability</i>	25
2.1.1.5 Manfaat Prediksi <i>Business Sustainability</i> (Keberlanjutan Usaha)	27
2.1.1.6 Indikator <i>Business Sustainability</i> (Keberlanjutan Usaha) ..	28
2.1.2 <i>Service Quality</i>	29
2.1.2.1 Pengertian <i>Service Quality</i>	29
2.1.2.2 Faktor-Faktor <i>Service Quality</i>	32
2.1.2.3 Prinsip-Prinsip <i>Service Quality</i>	33
2.1.2.4 Karakteristik <i>Service Quality</i>	35
2.1.2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Service Quality</i>	36
2.1.2.6 Indikator <i>Service Quality</i>	40
2.1.3 <i>Digital Marketing</i>	41
2.1.3.1 <i>Digital Marketing</i>	41
2.1.3.2 Indikator Keberhasilan Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>)	45
2.1.3.3 Strategi <i>Digital Marketing</i>	46
2.1.3.4 Jenis-Jenis <i>Digital Marketing</i>	48
2.1.3.5 Faktor yang Mempengaruhi <i>Digital Marketing</i>	51
2.1.3.6 Manfaat <i>Digital Marketing</i>	54
2.1.3.7 Indikator <i>Digital Marketing</i>	55

2.1.4	Pengaruh antar variabel.....	56
2.1.4.1	Hubungan <i>Service Quality</i> dengan <i>Business Sustainability</i>	56
2.1.4.2	Hubungan <i>Implementation of Digital Marketing</i> terhadap <i>Business Sustainability</i>	59
2.2	Penelitian Terdahulu	61
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL.....		74
3.1	Kerangka Konseptual	74
3.2	Hipotesis.....	75
3.2.1	Variabel <i>Service Quality</i> berpengaruh terhadap <i>Business Sustainability</i>	75
3.2.2	Variabel <i>Implementation of Digital Marketing</i> berpengaruh terhadap <i>Business Sustainability</i>	76
BAB IV METODE PENELITIAN		79
4.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	79
4.2	Jenis Penelitian.....	79
4.3	Tempat/Lokasi Penelitian.....	80
4.4	Unit Analisis.....	80
4.5	Populasi dan Sampel	80
4.5.1	Populasi	80
4.5.2	Sampel	80
4.6	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	81
4.6.1	<i>Service Quality</i> (X1).....	81
4.6.2	<i>Implementation of Digital Marketing</i> (X2)	82
4.6.3	<i>Business Sustainability</i> (Y).....	82
4.7	Teknik Pengumpulan Data.....	83
4.8	Jenis Data	84
4.8.1	Data Primer.....	84
4.8.2	Data Sekunder.....	84
4.9	Teknik Analisis Data.....	84
4.9.1	Uji Validitas.....	85
4.9.2	Uji Reliabilitas	85
4.10	Uji Asumsi Klasik.....	85
4.10.1	Uji Normalitas	86
4.10.2	Uji Multikolonieritas	86
4.10.3	Uji Heteroskedestisitas	86
4.11	Analisis Regresi Linear Berganda.....	87
4.11.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	88
4.11.2	Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>).....	89
4.12	Uji Hipotesis.....	89
4.12.1	Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	89
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....		90
5.1	Gambaran Umum Kosmetik di Indonesia.....	90
5.2	Karakteristik Responden	92
5.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	92
5.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	93

5.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan..	94
5.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	94
5.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama berdiri Toko	95
5.3	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	96
5.3.1	Analisis Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i>	96
5.3.2	Analisis Deskripsi Variabel <i>Implementation of Digital Marketing</i>	104
5.3.3	Analisis Deskripsi Variabel <i>Business Sustainability</i>	111
5.4	Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian	116
5.4.1	Uji Validitas.....	116
5.4.2	Uji Reliabilitas	117
5.5	Uji Asumsi Klasik	118
5.5.1	Uji Normalitas	118
5.5.2	Uji Multikolinearitas.....	118
5.5.3	Uji Heteroskedasitisitas	119
5.6	Uji Regresi Linier Berganda	121
5.7	Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)	123
5.8	Koefisien Determinasi (R^2).....	123
5.9	Pengujian Hipotesis.....	124
5.9.1	Uji Regresi Secara Parsial (Uji t)	125
5.10	Pembahasan Hasil Penelitian	126
5.10.1	<i>Service Quality</i> terhadap <i>Business Sustainability</i> (Y) Toko Kosmetik di Banjarmasin	126
5.10.2	<i>Implementation of Digital Marketing</i> terhadap <i>Business Sustainability</i> (Y) Toko Kosmetik di Banjarmasin	129
5.11	Implikasi Hasil Penelitian	133
5.11.1	Implikasi teoritis	133
5.11.2	Implikasi praktis	135
5.12	Keterbatasan Penelitian.....	136
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		137
6.1	Kesimpulan	137
6.2	Saran.....	137
DAFTAR PUSTAKA		139
LAMPIRAN.....		144

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra <i>survey Business Sustainability</i> Toko Kosmetik	6
Tabel 1.2	Hasil Pra <i>Service Quality</i> Toko Kosmetik	10
Tabel 1.3	Hasil Pra <i>survey Implementation of Digital Marketing</i>	14
Tabel 4.1	Defenisi Operasional Variabel	83
Tabel 4.2	Rentang Kategori Jawaban Responden	89
Tabel 5.1	Persentase Usia Responden	92
Tabel 5.2	Persentase Jenis Kelamin Responden	93
Tabel 5.3	Persentase Status Pernikahan Responden	94
Tabel 5.4	Persentase Pendidikan Terakhir Responden	94
Tabel 5.5	Persentase Lama Berdiri Responden	95
Tabel 5.6	Kondisi Fisik Toko	97
Tabel 5.7	Persentase Lama Berdiri Responden	97
Tabel 5.8	Informasi yang di sediakan toko	98
Tabel 5.9	Jasa yang diberikan sesuai dengan yang di janjikan	98
Tabel 5.10	Jasa yang diberikan terpercaya	99
Tabel 5.11	Jasa yang di berikan toko akurat	99
Tabel 5.12	Pegawai memberikan tanggapan yang baik bagi pelanggan	100
Tabel 5.13	Pegawai memberikan tanggapan yang baik dalam jasa	100
Tabel 5.14	Pegawai memberikan tanggapan cepa tatas keluhan	101
Tabel 5.15	Memberikan jaminan menimbulkan keyakinan konsumen	101
Tabel 5.16	Memberikan jaminan dalam menimbulkan kepercayaan	102
Tabel 5.17	Pegawai peduli terhadap permasalahan yang di hadapi	103
Tabel 5.18	Pegawai peduli dengan tidak memperhatikan permasalahan	103
Tabel 5.19	Menggunakan media sarana pemasaran	104
Tabel 5.20	Informasi produk melalui sosial media	105
Tabel 5.21	Sosial media memudahkan komunikasi dengan konsumen	105
Tabel 5.22	Menggunakan sosial media untuk mendapatkan masukan	106
Tabel 5.23	Menggunakan sosial media menghibur konsumen	107
Tabel 5.24	Menggunakan sosial media menyampaikan informasi yang menghibur	107
Tabel 5.25	Menggunakan sosial media menyampaikan iklan terpercaya	107
Tabel 5.26	Menggunakan sosial media iklan tidak memihak	108
Tabel 5.27	Menggunakan sosial media menyampaikan iklan credibble	109
Tabel 5.28	Menjaga pemasaran digital dari penipuan	109
Tabel 5.29	Menjaga pemasaran digital dari pengalaman buruk	109
Tabel 5.30	Menggunakan sosial media memudahkan memberikan informasi produk	110
Tabel 5.31	Menggunakan sosial media memberikan keuntungan ekonomis bagi konsumen	110
Tabel 5.32	Berupaya menjaga kestabilan pertumbuhan ekonomi	112
Tabel 5.33	Memastikan penghematan sumber daya dalam beroperasi	112
Tabel 5.34	Mempertimbangkan dampak lingkungan bisnis	113
Tabel 5.35	Membuat analisis dampak lingkungan bisnis	114
Tabel 5.36	Menjaga transparansi system kompensasi	114
Tabel 5.37	Berperan aktif dalam kegiatan sosial	115
Tabel 5.38	Mengimplementasikan kesetaraan gender pada karyawan	115

Tabel 5.39	Hasil Uji Validitas	116
Tabel 5.40	Hasil Uji Reliabilitas	117
Tabel 5.41	Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov	118
Tabel 5.42	Uji Multikolinearitas	119
Tabel 5.43	Uji Linieritas Data	120
Tabel 5.44	Uji Heteroskedastisitas	121
Tabel 5.45	Hasil Pengujian	121
Tabel 5.46	Hasil uji F hitung	123
Tabel 5.47	Nilai koefisien determinasi	124
Tabel 5.48	Hasil uji t	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Pangsa Pasar Industri Kecantikan Indonesia	2
Gambar 1.2	Penjualan Kosmetik di Indonesia	5
Gambar 1.3	Pengguna media sosial di Indonesia 2017-2026	12
Gambar 1.4	Media sosial terpopuler 2023	13
Gambar 1.5	Sosial media toko kosmetik di Banjarmasin	16
Gambar 3.1	Kerangka Konseptual	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Lembar Critical Review Journal	139
Lampiran 2.	Tabel Pengembangan Instrumen Penelitian	162
Lampiran 3.	Kuesioner Penelitian	166
Lampiran 4.	Hasil Statistik Deskriptif <i>Service Quality</i>	169
Lampiran 5.	Hasil Statistik Deskriptif <i>Implementation of Digital Marketing</i>	172
Lampiran 6.	Hasil Statistik Deskriptif <i>Business Sustainability</i>	175
Lampiran 7.	Hasil Uji Validitas <i>Service Quality</i>	177
Lampiran 8.	Hasil Uji Validitas <i>Implementation of Digital Marketing</i>	178
Lampiran 9.	Uji Validitas <i>Business Sustainability</i>	179
Lampiran 10.	Hasil Uji Reliabilitas <i>Service Quality, Implementation Of Digital Marketing, dan Business Sustainability</i>	180
Lampiran 11.	Hasil Uji Asumsi Klasik	181
Lampiran 12.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	182
Lampiran 13.	T Tabel	183
Lampiran 14.	F Tabel	184