

SKRIPSI

PENGARUH PEMASARAN DIGITAL BERBASIS MEDIA SOSIAL TERHADAP EFEKTIVITAS PENJUALAN DAN JANGKAUAN PASAR AR SNAKEHEAD FISH DI KOTAWARINGIN BARAT, INDONESIA



Oleh :

Rudiansyah

NIM: 20083000008

**PROGRAM S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS MERDEKA
MALANG**

2024

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL BERBASIS MEDIA
SOSIAL TERHADAP EFEKTIVITAS PENJUALAN DAN
JANGKAUAN PASAR AR SNAKEHEAD FISH DI
KOTAWARINGIN BARAT, INDONESIA**



SKRIPSI

Program S1 Sistem Informasi Universitas Merdeka Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Komputer (S.Kom)

Oleh :

Rudiansyah

NIM: 20083000008

PROGRAM S1 SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS MERDEKA
MALANG
2024

MOTTO

**“BANYAK ORANG YANG MENGHARAPKAN KAMU GAGAL,
KECEWAKAN MEREKA”**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

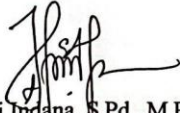
Yang bertanda tangan di bawah ini, Tim Dosen Pembimbing Skripsi dari mahasiswa:

Nama : Rudiansyah
NIM : 20083000008
Program Studi : Sistem Informasi
Bidang Kajian : Analisis Pengaruh
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial Terhadap Efektivitas Penjualan Dan Jangkauan Pasar Ar Snakehead Fish Di Kotawaringin Barat, Indonesia


Malang, 27 Mei 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi
S1 Sistem Informasi


Luthfi Indana, S.Pd., M.Pd.
NIDN. 0711059203

Dosen Pembimbing


Galandaru Swalaganata, S.Si, M.Si.
NIDN. 0728109104

Dekan
Fakultas Teknologi Informasi


Dr. Mardiana Andarwati, SE., M.Si.
NIDN. 0716037601

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh

Nama : Rudiansyah
NIM : 20083000008
Judul : PENGARUH PEMASARAN DIGITAL
BERBASIS MEDIA SOSIAL TERHADAP
EFEKTIVITAS PENJUALAN DAN
JANGKAUAN PASAR AR SNAKEHEAD
FISH DI KOTAWARINGIN BARAT,
INDONESIA

Telah dipertahankan di depan Dosen Penguji pada,

Hari : Selasa
Tanggal : 16 Juli 2024
Tempat : Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Merdeka Malang

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



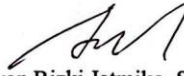
Rahmatina Hidayati, S.Kom., MT.
NIDN. 0720028902

Sekretaris Penguji



Galandaru Swalaganata, S.Si., M.Si.
NIDN. 0728109104

Anggota Penguji




Andriyan Rizki Jatmiko, S.Si., M.Kom.
NIDN. 0729049305

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Sistem Informasi

Malang, 16 Agustus 2024

Dekan Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Merdeka Malang



Dr. Mardiana Andarwati, SE., M.Si
NIDN. 0716037601

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rudiansyah
NIM : 20083000008
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Judul : **PENGARUH PEMASARAN DIGITAL
BERBASIS MEDIA SOSIAL TERHADAP
EFEKTIVITAS PENJUALAN DAN
JANGKAUAN PASAR AR SNAKEHEAD FISH
DI KOTAWARINGIN BARAT, INDONESIA**

Fakultas : Teknologi Informasi
Perguruan Tinggi : Universitas Merdeka Malang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul :

**"PENGARUH PEMASARAN DIGITAL BERBASIS MEDIA SOSIAL
TERHADAP EFEKTIVITAS PENJUALAN DAN JANGKAUAN PASAR AR
SNAKEHEAD FISH DI KOTAWARINGIN BARAT, INDONESIA"**

Adalah benar benar hasil karya saya dan bukan karya orang lain (plagiasi/jiplakan) serta tidak didasarkan pada data palsu, baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan daftar pustaka

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik sesuai dengan peraturan perundang -undangan yang berlaku.

Malang, 1 Agustus 2024
Yang membuat pernyataan



(Rudiansyah)

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi dampak pemasaran digital berbasis media sosial terhadap efektivitas penjualan dan jangkauan pasar AR SnakeHead Fish di Kotawaringin Barat, Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner dari konsumen aktif dan calon konsumen di Kalimantan Tengah. Hasil penelitian menunjukkan dampak signifikan pemasaran digital terhadap efektivitas penjualan dan jangkauan pasar, dengan TikTok sebagai platform paling efektif, diikuti oleh Instagram dan Facebook. Analisis regresi menunjukkan bahwa interaksi pengguna dan frekuensi posting berpengaruh signifikan terhadap efektivitas penjualan dan jangkauan pasar. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pemasaran digital, terutama melalui TikTok, efektif dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar AR SnakeHead Fish. Saran praktis termasuk meningkatkan frekuensi posting dan memperkuat interaksi dengan pengguna di media sosial.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Media Sosial, Efektivitas Penjualan

ABSTRACT

This research evaluates the impact of social media-based digital marketing on the sales effectiveness and market reach of AR SnakeHead Fish in Kotawaringin Barat, Indonesia. The study utilizes a quantitative approach, collecting data through observation, interviews, and questionnaires from active and prospective consumers in Central Kalimantan. Results indicate a significant impact of digital marketing on sales effectiveness and market reach, with TikTok being the most effective platform, followed by Instagram and Facebook. The regression analysis reveals that user interaction and posting frequency significantly influence sales effectiveness and market reach. This study concludes that digital marketing strategies, particularly on TikTok, are effective in enhancing sales and expanding market reach for AR SnakeHead Fish. Practical suggestions include increasing posting frequency and strengthening user interaction on social media.

Keywords : *Digital Marketing, Social Media, Sales Effectiveness*

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan persembahan istimewa untuk :

- Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala karunia, rahmat, serta hidayahnya sehingga skripsi ini bisa selesai dengan baik
- Untuk kedua orang tua saya, mereka adalah orang tua saya adalah orang yang hebat, selalu memberikan doa yang tulus untuk kesuksesan anaknya, dan selalu melindungi keluarganya.
- Untuk teman-teman dan sahabat yang sama sama berjuang dalam penyusunan skripsi ini

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah mencurahkan hikmat dan penyertaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial Terhadap Efektivitas Penjualan Dan Jangkauan Pasar Ar Snakehead Fish Di Kotawaringin Barat, Indonesia”.

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Sistem Informasi Pada Fakultas Teknologi Informasi Universitas Merdeka Malang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dan dorongan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Galandaru Swalaganata, S.Si, M.Si selaku Dosen Pembimbing
2. Ibu Rahmatina Hidayati, S.Kom., MT selaku dosen penguji I, dan Bapak Andriyan Rizki Jatmiko, S.Si., M.Kom selaku dosen penguji II
3. Ibu Luthfi Indana, S.Pd., M.Pd selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi
4. Ibu Dr. Mardiana Andarwati, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Teknologi Informasi
5. Bapak Prof. Drs. Anwar Sanusi, MPA, Ph.D. selaku Rektor Universitas Merdeka Malang

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 3 Agustus 2024

Rudiansyah

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN.....	i
SAMPUL DALAM.....	i
MOTTO.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.2 Penelitian terdahulu	8

2.3	Hipotesis.....	11
BAB III METODE PENELITIAN.....		13
3.1	Design Penelitian.....	13
3.2	Lokasi Penelitian	13
3.3	Populasi & Sample	13
3.4	Teknik Pengumpulan Data	13
3.5	Teknik Analisa Data	15
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN		16
4.1	Hasil Penelitian.....	16
4.2	Pembahasan	26
BAB V PENUTUP.....		31
5.1	Kesimpulan.....	31
5.2	Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA		33
HASIL CEK PLAGIASI.....		37
LAMPIRAN.....		39

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	8
Tabel 4. 1 Hasil uji validitas product moment	18

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka konseptual hipotesis penelitian	11
Gambar 4. 1 Hasil kuesioner jenis kelamin	16
Gambar 4. 2 Hasil kuesioner pendidikan terakhir.....	17
Gambar 4. 3 Case processing summary	20
Gambar 4. 4 Reliability statistics	20
Gambar 4. 5 Uji normalitas interaksi pengguna terhadap frekuensi posting dan efektivitas penjualan.....	21
Gambar 4. 6 Uji Normalitas Interaksi pengguna, Frekuensi Posting terhadap Jangkauan Pasar	22
Gambar 4. 7 Uji F Simultan Interaksi pengguna, Frekuensi Posting terhadap Efektivitas Penjualan.....	23
Gambar 4. 8 Uji T Parsial Interaksi pengguna, Frekuensi Posting terhadap Efektivitas Penjualan.....	23
Gambar 4. 9 Uji F Simultan Interaksi pengguna, Frekuensi Posting terhadap Jangkauan Pemasaran.....	24
Gambar 4. 10 Uji T Parsial Interaksi pengguna, Frekuensi Posting terhadap jangkauan pemasaran	25
Gambar 4. 11 Hasil observasi facebook.....	28
Gambar 4. 12 Hasil observasi tiktok	29
Gambar 4. 13 Hasil observasi instagram	30

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Mentah Hasil Kuesioner.....	39
Lampiran 2 Data Mentah Demografi	40
Lampiran 3 LOA	41