

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN
MENGUNAKAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN
KONSINYASI SEBAGAI VARIABEL ANTARAPADA
KERIPIK SINGKONG ASTRID DI SUNGAILIAT DENGAN
MENGUNAKAN METODE SEM**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMA LUHUR
PANGKALPINANG**

2024

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN
MENGUNAKAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN
KONSINYASI SEBAGAI VARIABEL ANTARA PADA KERIPIK
SINGKONG ASTRID DI SUNGAILIAT DENGAN
MENGUNAKAN METODE SEM**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis



PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL

INSTITUT SAINS DAN BISNIS

ATMA LUHUR

PANGKALPINANG

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG

NIM : 2077500006
Nama : Mutiara Anjelika
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Menggunakan *Social Media Marketing* Dan Konsinyasi Sebagai Variabel Antara Pada Keripik Singkong Astrid Di Sungailiat Dengan Menggunakan Metode SEM

SKRIPSI INI TELAH DIPERIKSA DAN DISETUJUI
PANGKALPINANG, 01 Juli 2024



Dr. Amr, S.E.,M.M

Dosen Pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NIM : 2077500006
Nama : Mutiara Anjelika
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Menggunakan
Social Media Marketing Dan Konsinyasi Sebagai Variabel
Antara Pada Keripik Singkong Astrid Di Sungailiat Dengan
Menggunakan Metode SEM

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir atau Skripsi saya adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat. Apabila ternyata ditemukan dalam Laporan Tugas Akhir atau Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap untuk mendapatkan sanksi akademik yang terkait dengan hal tersebut.

Pangkalpinang, 01 Juli 2024



Mutiara Anjelika

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENJUALAN MENGUNAKAN SOCIAL MEDIA MARKETING DAN KONSINYASI SEBAGAI VARIABEL ANTARA PADA KERIPIK SINGKONG ASTRID DI SUNGAILIAT DENBGAN MENGGUNAKAN METODE SEM

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Mutiara Anjelika
2077500006

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 29 Juli 2024

Susunan Dewan Penguji
Anggota



Seno Hadi Saputro, S.E., M.M
NIDN.0215128201

Dosen Pembimbing



Dr. Amr, S.E., M.M.
NIDN. 021990009

Ketua



Sarwindah, S.Kom., MM
NIDN. 0212068601

Kaprodi Bisnis Digital



Sarwindah, S.Kom., MM
NIDN. 0212068601

Skripsi ini telah diterima dan sebagai salah
satu persyaratan Untuk memperoleh gelar
Sarjana Bisnis
Tanggal 22 Agustus 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



Hengki, S.Kom., M.Kom

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Bisnis Digital ISB Atma Luhur.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa laporan skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah menciptakan dan memberikan kehidupan di dunia.
2. Bapak dan ibu tercinta yang telah memberikan dukungan baik spirit maupun materi.
3. Bapak Drs. Djactun HS selaku pendiri Yayasan Atma Luhur Pangkalpinang
4. Bapak Drs. Harry Sidjianto, MM, MBA selaku Ketua Yayasan ISB Atma Luhur.
5. Bapak Prof. Dr. Ir. Wendi Usino. MM.,M.Sc, Ph.D selaku Rektor ISB Atma Luhur
6. Bapak Hengki, M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, ISB Atma Luhur.
7. Ibu Sarwindah, S.Kom., selaku Kaprodi Bisnis Digital
8. Bapak Dr. Amri. S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang membantu penulis dalam penyusunan laporan ini.
9. Saudara dan sahabat-sahabatku terutama teman-teman angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan moral untuk terus menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Pangkalpinang, 01 Juli 2024

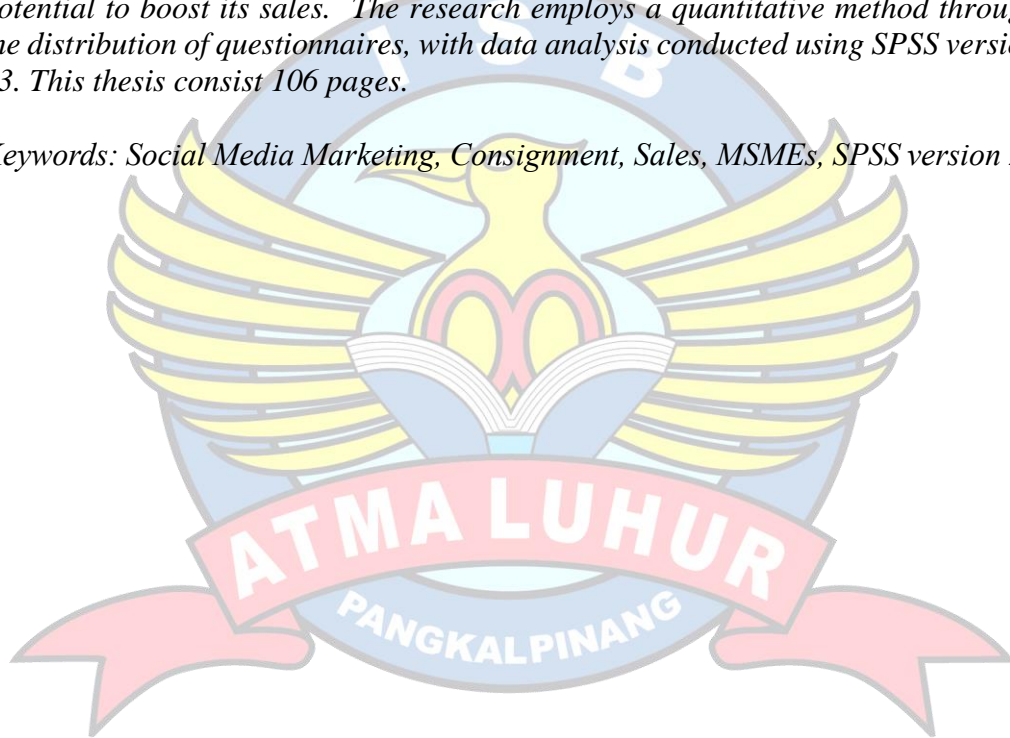
Penyusun



ABSTRACT

Keripik Singkong Astrid is a small and medium-sized enterprise (SME) engaged in the food industry in Sungailiat. The product is sold through social media marketing and consignment. The social media platforms used for marketing include WhatsApp and Facebook. Additionally, some consumers who purchase through social media also engage in reselling, making consignment an influential variable. This study aims to determine the impact of social media marketing and consignment on the sales of Keripik Singkong Astrid. The results of the study indicate that marketing through Facebook has a significant impact on the sales of Keripik Singkong Astrid, whereas marketing through WhatsApp does not show a significant effect. On the other hand, consignment has been proven to have a highly significant impact on increasing sales. By leveraging other social media platforms, this SME has greater potential to boost its sales. The research employs a quantitative method through the distribution of questionnaires, with data analysis conducted using SPSS version 23. This thesis consist 106 pages.

Keywords: Social Media Marketing, Consignment, Sales, MSMEs, SPSS version 23



ABSTRAK

Keripik Singkong Astrid adalah salah satu UMKM yang berjalan pada bidang usaha Keripik Singkong Astrid merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang usaha makanan di Sungailiat. Penjualan produk ini dilakukan melalui pemasaran media sosial dan konsinyasi. Media sosial yang digunakan dalam pemasaran antara lain aplikasi WhatsApp dan Facebook. Selain itu, beberapa konsumen yang melakukan pembelian melalui media sosial juga melakukan penjualan ulang, sehingga konsinyasi menjadi variabel yang berpengaruh. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran media sosial dan konsinyasi terhadap penjualan Keripik Singkong Astrid. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran melalui Facebook memiliki pengaruh signifikan yang cukup negatif terhadap penjualan Keripik Singkong Astrid, sementara pemasaran melalui WhatsApp menunjukkan pengaruh positif. Di sisi lain, konsinyasi terbukti memberikan pengaruh yang sangat signifikan dan positif terhadap peningkatan penjualan. Dengan memanfaatkan media sosial lainnya, UMKM ini memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner, dan analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Skripsi ini berjumlah 106 halaman.

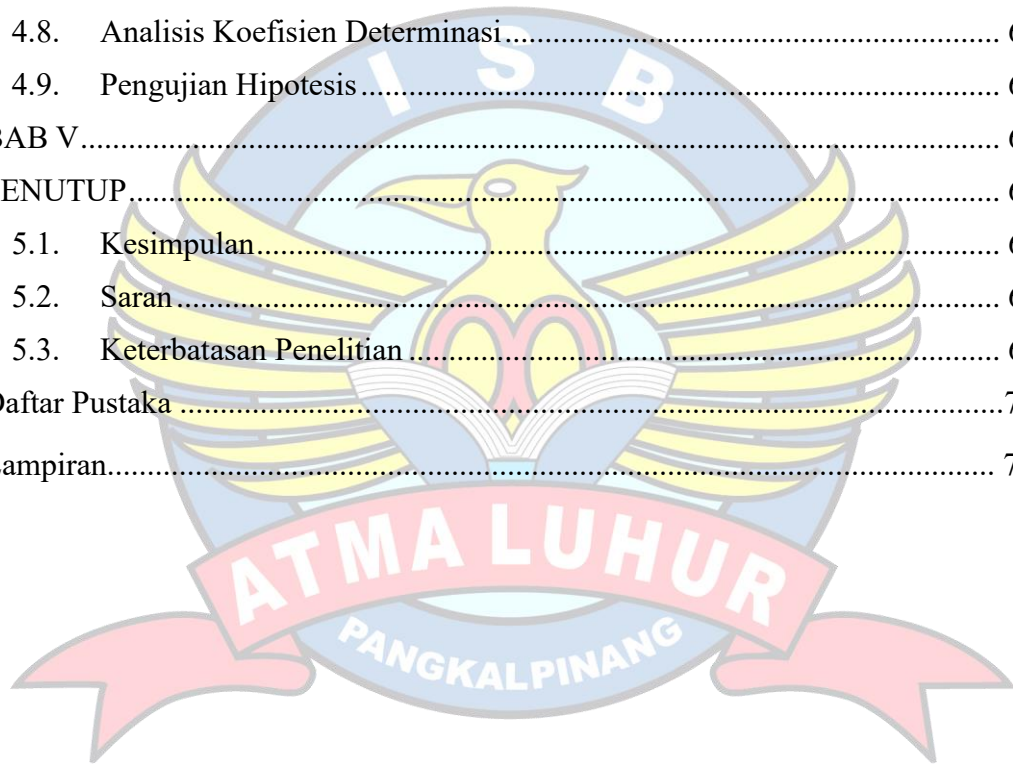
Kata Kunci : Pemasaran Media Sosial, Konsinyasi, Penjualan, UMKM, SPSS versi 23



DAFTAR ISI

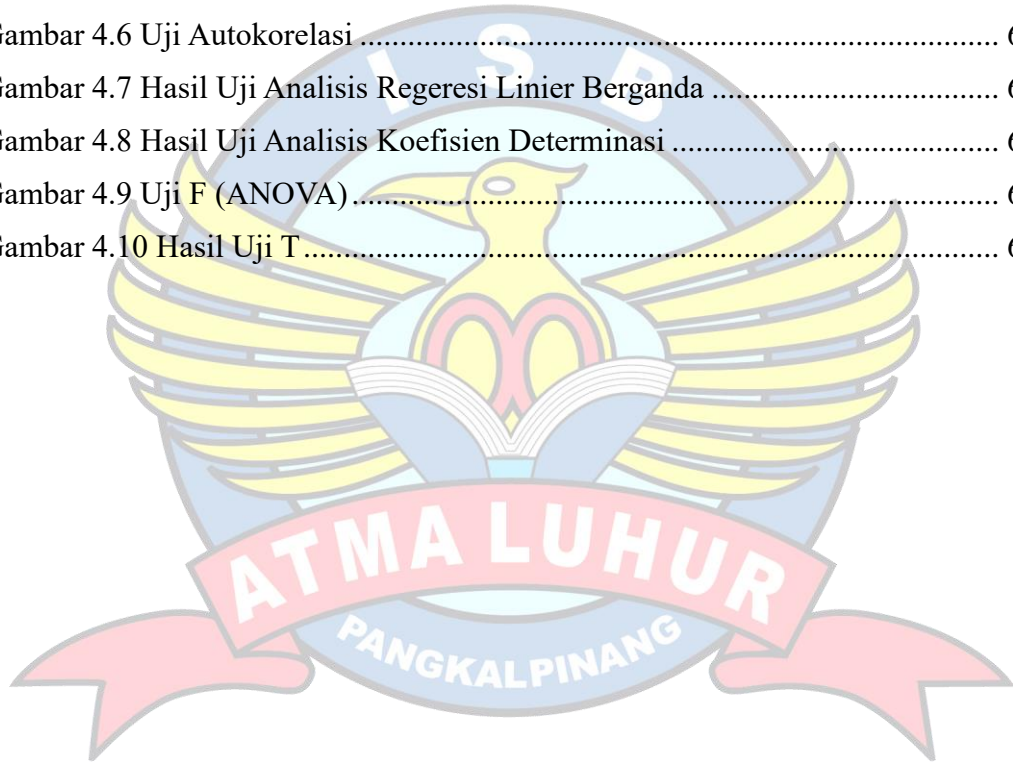
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penulisan.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB I PENDAHULUAN.....	6
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Teori Pendukung.....	9
2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Berpikir	33
BAB III	35
METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1. Desain Penelitian	35
3.2. Populasi dan Sampel	35
3.3. Jenis Data dan Sumber Data.....	38
3.4. Pengumpulan Data	39
3.5. Pengukuran Instrumen Penelitian.....	40
3.6. Teknik Analisis Data.....	43

BAB IV	49
PEMBAHASAN	49
4.1. Identitas Responden	49
4.2. Karakteristik Tanggapan Responden.....	51
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	52
4.4. Pengujian Asumsi Klasik.....	56
4.5. Uji Linearitas	60
4.6. Uji Autokorelasi	60
4.7. Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.8. Analisis Koefisien Determinasi.....	63
4.9. Pengujian Hipotesis	63
BAB V.....	68
PENUTUP.....	68
5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran	69
5.3. Keterbatasan Penelitian	69
Daftar Pustaka	72
Lampiran.....	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Populasi dan Pengguna Media Sosial pada Januari 2023.....	1
Gambar 1.2. Data Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak Pada Januari 2022	2
Gambar 1.3. Data Penggunaan Media Sosial Di Indonesia Pada Januari 2023.....	2
Gambar 4.1 Uji Normalitas Data	56
Gambar 4.2 Uji Normalitas Data dengan Kolmogorov-Smirnov Test.....	57
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas	58
Gambar 4.4 Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser	59
Gambar 4.5 Uji Multikolinearitas	60
Gambar 4.6 Uji Autokorelasi	62
Gambar 4.7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	62
Gambar 4.8 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi	63
Gambar 4.9 Uji F (ANOVA)	65
Gambar 4.10 Hasil Uji T	66



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 2.2 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	31
Tabel 3.2 Variabel dan Indikator	41
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner.....	49
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	50
Tabel 4.3 Usia Responden.....	50
Tabel 4.4 Media Pembelian Produk	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Indikator Variabel.....	55
Tabel 4.7 Uji Linieritas	60



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data Penjualan.....	4
--------------------------------	---



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A KUESIONER	76
Lampiran B TABEL HITUNG	84
Lampiran C HASIL UJI SPSS	88
Lampiran D SURAT KETERANGAN RISET	96
Lampiran E KARTU BIMBINGAN	98
Lampiran F SURAT KETERANGAN PLAGIASI	100
Lampiran G BIODATA	102

