

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI
GALERI DEKRANASDA KOTA PANGKALPINANG BANGKA
BELITUNG**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMALUHUR
PANGKALPINANG
2024**

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI
GALERI DEKRANASDA KOTA PANGKALPINANG BANGKA
BELITUNG**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis (S.Bns)**



**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMALUHUR
PANGKALPINANG
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NIM : 2077500031

Nama : Muhammad Gifran

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH STRATEGI PEMASARAN
DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN
PELANGGAN DI GALERI DEKRANASDA KOTA
PANGKALPINANG BANGKA BELITUNG

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

Pangkalpinang, 24 Juli 2024



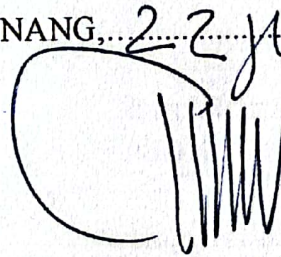
Muhammad Gifran

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG

NIM : 2077500031
Nama : Muhammad Gifran
Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI GALERI
DEKRANASDA KOTA PANGKALPINANG BANGKA
BELITUNG

SKRIPSI INI TELAH DIPERIKSA DAN DISETUJUI

PANGKALPINANG, ...2...2 Juli...2024



Bambang Adiwino, M.Kom

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
ANALISI PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK
MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DI GALERI
DEKRANASDA KOTA PANGKALPINANG BANGKA BELITUNG


Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Muhammad Gifran
2077500031

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 24 Juli 2024

Susunan Dewan Penguji


Anggota


Sarwindah, S.Kom, M.M
NIDN. 0212068601

Ketua


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

Dosen Pembimbing


Bambang Adiwidoto, M.Kom.
NIDN. 0216107102

Kaprodi Bisnis Digital


Sarwindah, S.Kom, M.M
NIDN. 0212068601

Skripsi ini telah diterima dan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
Tanggal 2 Agustus 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


Hengki, S.Kom, M.Kom
NIDN. 0207049001

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, 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 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. Allah SWT yang telah menciptakan dan memberikan kehidupan di dunia.
2. Bapak dan Ibu tercinta yang telah mendukung penulis baik spirit maupun materi.
3. Bapak Drs. Djaetun Hs yang telah mendirikan Atma Luhur.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Wendi Usino, Msc, MM Selaku Rektor ISB Atma Luhur.
5. Bapak Hengki, S.Kom., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Ibu Sarwindah, S.Kom., MM Selaku Kaprodi Bisnis Digital.
7. Bapak Bambang Adiwino, M.Kom. selaku Dosen Pembimbing.
8. Saudara dan sahabat-sahabatku terutama teman-teman angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan moral untuk terus menyelesaikan skripsi ini.
9. Kedua Orang tua dan saudara yang telah memberikan dukungan, motivasi, semangat, dan do'a yang tiada hentinya.
10. Gladys Trista Lituhayu yang selalu memberikan semangat, motivasi, do'a serta waktunya selama dalam mengerjakan laporan ini.
11. Pimpinan dan seluruh karyawan Dinas Koperasi UMKM dan Perdagangan Pangkalpinang yang telah menerima dan membantu pelaksanaan kegiatan magang dan Penyusunan Laporan hingga selesai.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

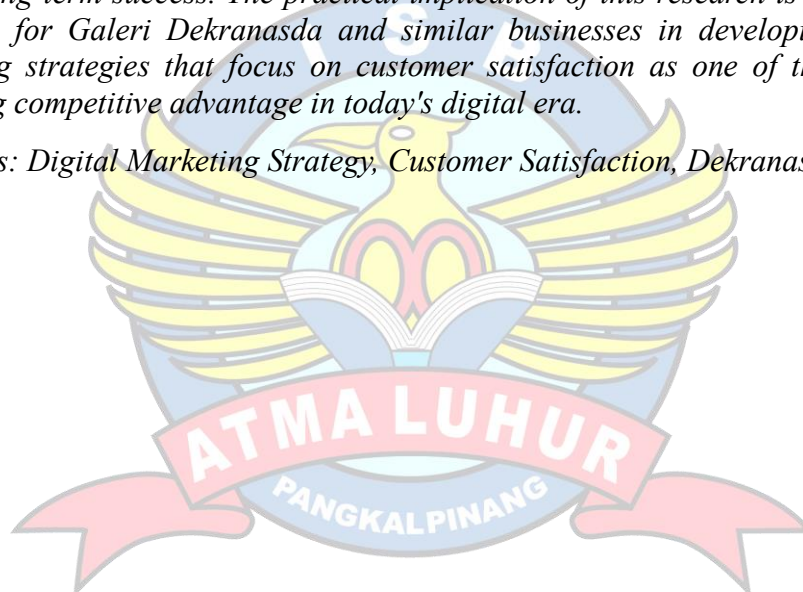
Pangkalpinang, 13 Agustus 2024



ABSTRACT

This study aims to analyze and evaluate the implementation of digital marketing strategies aimed at increasing customer satisfaction at the Dekranasda Gallery of Pangkalpinang City, Bangka Belitung. In the modern business context, digital marketing has become a key element in efforts to achieve success and maintain a competitive advantage. This research adopts a qualitative approach using in-depth interviews and observation as the main data collection methods. The results highlight the importance of an effective digital marketing strategy in expanding market reach, increasing interaction with customers, and improving customer satisfaction. Data analysis shows that digital marketing strategies, especially through social media, have a positive impact in building brand awareness, increasing customer engagement, and improving customer loyalty. However, challenges such as effective content management, proper interaction with customers, and strategy performance measurement still need to be addressed to ensure long-term success. The practical implication of this research is to provide guidance for Galeri Dekranasda and similar businesses in developing digital marketing strategies that focus on customer satisfaction as one of the keys to achieving competitive advantage in today's digital era.

Keywords: Digital Marketing Strategy, Customer Satisfaction, Dekranasda Gallery



ABSTRAKS

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi implementasi strategi pemasaran digital yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Galeri Dekranasda Kota Pangkalpinang, Bangka Belitung. Dalam konteks bisnis modern, pemasaran digital telah menjadi elemen kunci dalam upaya mencapai kesuksesan dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan menggunakan wawancara mendalam dan observasi sebagai metode pengumpulan data utama. Hasil penelitian menyoroti pentingnya strategi pemasaran digital yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Analisis data menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital, terutama melalui media sosial, memiliki dampak positif dalam membangun kesadaran merek, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Namun demikian, tantangan seperti pengelolaan konten yang efektif, interaksi yang tepat dengan pelanggan, dan pengukuran kinerja strategi masih perlu diperhatikan untuk memastikan kesuksesan jangka panjang. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah memberikan panduan bagi Galeri Dekranasda dan bisnis sejenis dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang berfokus pada kepuasan pelanggan sebagai salah satu kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif di era digital saat ini.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran Digital, Kepuasan Pelanggan, Galeri Dekranasda

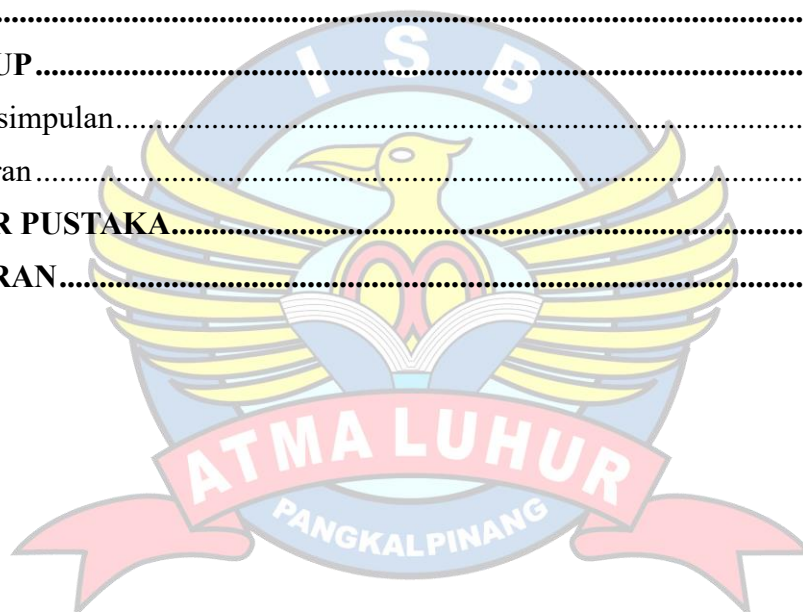


DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAKS	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1 Manfaat peneliti.....	4
1.4.2 Tujuan Penulis.....	5
1.5 Sistematika Penulisan Laporan.....	5
BAB II	8
LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Strategi Pemasaran Digital	8
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran Digital	10
2.1.2 Tujuan dari Strategi Pemasaran Digital	11
2.1.3 Kelebihan Strategi Pemasaran Digital	12
2.1.4 Jenis Strategi Pemasaran Digital.....	13
2.1.5 Konsep Strategi Pemasaran	14
2.2 Pemasaran.....	16
2.3 Pemasaran Digital.....	16
2.3.1 Pengertian Pemasaran Digital.....	17

2.3.2 Konsep Pemasaran Digital.....	18
2.3.3 Tujuan Pemasaran Digital.....	20
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	21
2.4.1 Pengaruh Digital Marketing terhadap Kepuasan Pelanggan	22
2.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	24
2.5 Peneliti Terdahulu.....	25
2.6 Kerangka Pemikiran	29
2.7 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Subjek Uji Coba Produk.....	31
3.2.1 Uji Coba.....	31
3.2.2 Subjek.....	33
3.2.3 Instrumen Uji Coba.....	33
3.2.4 Prosedur Uji Coba.....	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel	34
3.4 Waktu dan Tempat	35
3.5 Jenis Data dan Sumber	35
3.6 Teknik Pengumpul Data	36
3.7 Kriteria Pengisian Kepuasan Pelanggan.....	36
3.7.1 Teknik Analisis Data Angket Validasi Untuk Kelayakan Kepuasan Pelanggan.....	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV	40
PEMBAHASAN	40
4.1 Tinjauan Umum.....	40
4.1.1 Profil Galeri Dekranasda Pangkalpinang.....	40
4.1.2 Data Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	41
4.2 Analisis Deskriptif.....	43

4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Strategi Pemasaran Digital (X).....	45
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	48
4.3 Hasil Analisis Instrumen.....	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reabilitas	53
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R).....	54
4.3.4 Uji Parsial (T)	55
4.4 Pembahasan	56
4.4.1 Analisis Regresi Sederhana.....	56
4.4.2 Pengaruh strategi pemasaran digital terhadap kepuasan pelanggan	57
BAB V	58
PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	62



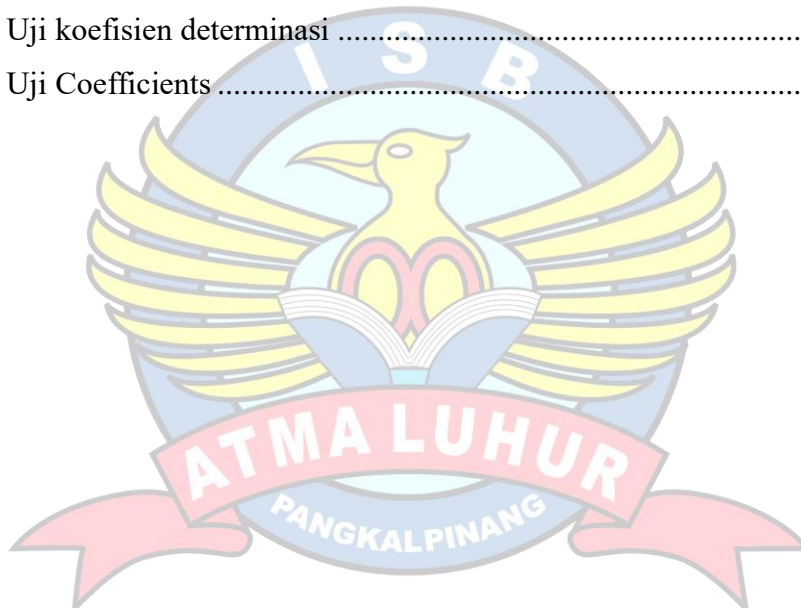
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	29
Gambar 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia	41
Gambar 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	42
Gambar 4.3 Karakteristik responden berdasarkan domisili	43
Gambar 4.4 Pengkategorian indikator strategi pemasaran digital	48
Gambar 4.5 Pengkategorian indikator kepuasan pelanggan	51



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Jawaban angket dengan skala likert	36
Tabel 3.2 Kriteria presentase kelayakan kepuasan pelanggan	37
Tabel 4.1 Statistik deskriptif variabel penelitian.....	44
Tabel 4.2 Kriteria skor tanggapan responden.....	45
Tabel 4.3 Tanggapan responden terhadap indikator strategi pemasaran digital....	46
Tabel 4.4 Tanggapan responden terhadap indikator kepuasan pelanggan.....	49
Tabel 4.5 Uji validitas	52
Tabel 4.6 Uji Reabilitas.....	54
Tabel 4.7 Uji koefisien determinasi	54
Tabel 4.8 Uji Coefficients	55



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Responden.....	63
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	69
Lampiran 3 Hasil Deskriptif Karakteristik Responden.....	73
Lampiran 4 Out Put SPSS.....	76
Lampiran 5 Dokumentasi Foto Penelitian.....	81
Lampiran 6 Surat Keterangan Riset	90
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi.....	93
Lampiran 8 Surat Keterangan Hasil Deteksi Plagiasi	95
Lampiran 9 Biodata Penulis.....	98

