

LAPORAN AKHIR PENELITIAN
ISB ATMA LUHUR



PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMA LUHUR
PANGKALPINANG
2024

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NIM : 2077500017

Nama : Vivin Veny Faliza

Judul : Pengaruh Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Terhadap
Customer Loyalty Pada UMKM di Kecamatan Merawang

Menyatakan bahwa Lapora 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, 03 Juni 2024



Vivin Veny Faliza

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PEMASARAN DIGITAL MELALUI MEDIA SOSIAL
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA UMKM
DI KECAMATAN MERAWANG
Yang persiapan dan disusun oleh

Vivin Veny Faliza
2077500017

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 17 Juli 2024

Susunan Dewan Penguji
Anggota



Seno Hadi Saputro, M.M
NIDN. 0215128201

Dosen Pembimbing



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

Ketua



Bambang Adwinoto, 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 24 Juli 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



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

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN PROPOSAL PENELITIAN

1. Judul Penelitian : Pengaruh Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Terhadap *Customer Loyalty* Pada UMKM Di Kecamatan Merawang
2. Bidang Penelitian : Pemasaran Digital/Bisnis Digital
3. Penulis
 - a. Nama Lengkap : Vivin Veny Faliza
 - b. Jenis Kelamin : Perempuan
 - c. NIM : 2077500017
 - d. Program Studi : Bisnis Digital
 - e. Alamat : Jalan Raya Balunijuk, Dusun III, Desa Balunijuk, Kecamatan Merawang, Kabupaten Bangka
 - f. Telepon/HP : + 62 858-3927-8568
 - g. Email : vivinvenyfaliza@gmail.com
4. Lokasi Penelitian : Kecamatan Merawang

Mengetahui,
Ketua Program Studi,


Sarwudah, S.Kom, MM
NIDN. 0212088601

Pangkalpinang, 03 Juni 2024
Yang Mengajukan,
Penulis



Vivin Veny Faliza
NIM. 2077500017

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis,


Hengki M Kom
NIDN. 0207049001

ABSTRACT

Social media is a digital platform that is used as a forum for exchanging information via the internet. This research was conducted to test and analyze the influence of digital marketing (X) on customer loyalty (Y) in MSMEs in Merawang District. The population in this research is social media users and MSMEs who have social media. This research is a quantitative research with a correlational analysis design. The results of this research show the influence of digital marketing on customer loyalty. It is hoped that future researchers can develop other variables to increase insight into the influence of digital marketing on customer loyalty and that MSMEs should carry out and provide excellent service in meeting consumer needs. And MSME players are more optimal in creating promotional content on the social media they use so that their businesses can develop more.

Keywords : *Social Media, Customer Loyalty, MSMEs*



ABSTRAK

Media sosial merupakan platform digital yang dijadikan sebuah wadah untuk bertukar informasi melalui internet. Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis pengaruh pemasaran digital (X) terhadap *customer loyalty* (Y) pada UMKM di Kecamatan Merawang. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial dan UMKM yang mempunyai media sosial. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain analisis korelasional. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh pemasaran digital terhadap *customer loyalty*. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel lainnya untuk menambah wawasan mengenai pengaruh pemasaran digital terhadap *customer loyalty* serta bagi pelaku UMKM hendaknya melakukan dan memberikan pelayanan prima dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Serta pelaku UMKM lebih optimal dalam membuat konten promosi pada media sosial yang digunakan sehingga usahanya menjadi lebih berkembang.

Kata Kunci : Media Sosial, Customer Loyalty, UMKM



KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Bisnis Digital ISB ATMA LUHUR.

Penulis menyadari bahwa laporan akhir penelitian dengan judul “Pengaruh Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Terhadap *Customer Loyalty* Pada UMKM Di Kecamatan Merawang” 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 penelitian 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 Usano, M.Sc., MM., selaku Rektor ISB Atma Luhur.
5. Bapak Hengki, M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
6. Ibu Sarwindah S.Kom., M.M., selaku Kaprodi Bisnis Digital.
7. Ibu Sarwindah S.Kom., M.M., selaku dosen pembimbing.
8. Saudara dan sahabat – sahabatku terutama teman – teman angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan moral untuk terus menyelesaikan tugas akhir ini.

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

Pangkalpinang, 03 Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
BAB II LANDASAN TEORI	3
2.1 Pemasaran Digital	3
2.2 Media Sosial.....	3
2.3 <i>Customer Loyalty</i>	5
2.4 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).....	6
2.5 Kerangka Pemikiran.....	6
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT	8
3.1 Tujuan Penelitian.....	8
3.2 Manfaat Penelitian	8
3.3 Target Luaran	8
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN.....	9
4.1 Pendekatan Penelitian	9
4.2 Lokasi Penelitian.....	9
4.3 Populasi dan Sampel	9

4.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	10
4.5	Teknik Analisis Data	11
BAB V HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....		12
5.1	Pengujian Alat Penelitian	12
5.2	Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	13
5.3	Uji Parsial (Uji T).....	17
5.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	19
5.5	Luaran Penelitian	20
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		20
6.1	Kesimpulan	20
6.2	Saran.....	20
DAFTAR PUSTAKA.....		21
LAMPIRAN.....		23



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Bagan Kerangka Pemikiran.....	7
Gambar 2.	<i>Website</i> Jurnal MSEJ	19
Gambar 3.	Artikel Jurnal Penulis Yang Telah Dipublikasi	19



DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Pengujian Validitas Variabel X.....	12
Tabel 2.	Pengujian Validitas Variabel Y	13
Tabel 3.	Tabel Bantu Untuk Menghitung Korelasi Antara Variabel X (Pemasaran Digital) Terhadap Variabel Y (<i>Customer Loyalty</i>)	14
Tabel 4.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	19



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Dokumen Pendukung <i>Submissions</i>	23
Lampiran B Tabel R-Hitung (1-50).....	34
Lampiran C Tabel T (1-50)	36
Lampiran D Uji Validitas Dan Reliabilitas	38
Lampiran E Data Pendukung Penelitian	39
Lampiran F Surat Keterangan Riset.....	45
Lampiran G Kartu Bimbingan	47
Lampiran H Surat Keterangan Deteksi Plagiasi	48
Lampiran I Biodata Penulis.....	49

