

**PENGARUH DIGITAL MARKETING APLIKASI SHOPEE TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN KECAMATAN ENDE TENGAH
KABUPATEN ENDE (STUDI KASUS PADA JASA TITIP ELLY SANDRA)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Flores**



OLEH :

KATARINA ROSARIO

2019410586

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS FLORES

ENDE

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : KATARINA ROSARIO
Nim : 2019410586
**Judul : PENGARUH DIGITAL MARKETING APLIKASI SHOPEE
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KECAMATAN
ENDE TENGAH KABUPATEN ENDE (STUDI KASUS PADA
JASA TITIP ELLY SANDRA)**

Ende, 30 Januari 2024

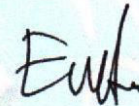
Telah Diuji dan Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores

Pembimbing I



Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM
NIDN : 0818097501

Pembimbing II



Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores



Lambertus Langga, SE., M.Sc
NIDN. 0825077101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah Diterima dan Disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 30 Januari 2024

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc
NIDN. 0826037001




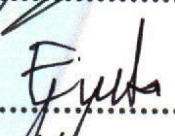

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 0825077101

Dewan Penguji:

1. Dr. Avianita Rachmawati, S.Sos.,MM
NIDN : 0814058001
2. Yulius Laga, SE.,M.Ec.,Dev
NIDN. 0805078703
3. Gabriel Tanusi, SE.,M.Si
NIDN.0827067101
4. Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101
5. Dr. Mansyur A. Hamid, SE.,MM
NIDN : 0818097501

1.
2.
3.
4.
5.



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul : **“Pengaruh Digital Marketing Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Konsumen Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende (Studi Kasus Pada Jasa Titip Elly Sandra)”** Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 30 Januari 2024 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. bila kemudian terbukti bahwa ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 30 Januari 2024
Yang Memberi Pernyataan



Katarina Rosario
2019410586

MOTTO

**“Percaya Dan Yakin Pada Diri Sendiri, Merupakan Cara Paling Efektif
Untuk Meraih Kesuksesan”**

Katarina Rosario

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karyaku yang tulus kupersembahkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Kuasa
2. Yang tercinta dan aku banggakan kedua orang tua ku “Ayah Marianus Doda dan Ibu Lidia Rahayu” yang telah melahirkan dan membesarkan ku dengan penuh kasih sayang, kesabaran dan pengorbanan yang tulus serta jerih payah dan doa selama proses pendidikan ku.
3. Yang tercinta Adik-adik ku Fani, Jones dan Yasin
4. Yang tercinta kerabat dekatku yang selalu mendukung ku kakak Charles Lawa, Adik Selvy Pale, kakak Efhos Koko, serta anak kos Cahaya Yonaris yang selalu ada membantu dan menyemangatiku.
5. Pemilik Jasa Titip Elly Sandra dan para karyawannya yang selalu siap memberikan waktu dan data yang menjadi pendukung penyelesaian tugas ahkirku
6. Bapak Dr. Mansyur A. Hamid, SE., MM selaku pembimbing I dan Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM selaku pembimbing II yang dengan penuh bijaksana memberikan bimbingan serta pemikiran kepada penulis skripsi ini.
7. Sahabat seperjuangan Erlin Menge, Faustin Langi, Titin Wangge, Rino Wolo, Nina Leo, Lin Lero, Nes Bay, Orin Stemim, Elfira Safitri, Ervin Murti, Lely Elos dan Encyk Saputri yang selalu membantu dan mendukungku.
8. Teman- teman angkatan 2019.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan Puji dan syukur atas Kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, yang telah memberikan rahmat sehingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Digital Marketing Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Konsumen Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende (Studi Kasus Pada Jasa Titip Elly Sandra)”** yang merupakan tugas akhir dalam menyelesaikan studi dan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk meraih gelar sarjana Manajemen (S.M), pada program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Flores. Penulis menyadari bahwa dari awal mulai hingga akhir penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan kerja sama dari semua pihak yang terlibat dalam menyumbangkan waktu, gagasan dan tindakan nyata. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Flores
2. Ibu Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores
3. Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc Selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Dr. Mansyur A. Hamid, SE., MM sebagai Pembimbing I dan Ibu Maria Endang Jamu, SE., MM sebagai Pembimbing II yang dengan bijaksana dan penuh kearifan telah memberikan bimbingan dan pemikiran kepada penulis skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.

6. Jasa Titip Elly Sandra yang telah memberikan semua informasi dalam memberikan data penelitian yang dibutuhkan.
7. Serta semua pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penulis dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak keterbatasan, untuk itu penulis dengan rendah hati akan menerima saran dan kritik yang membangun agar penulis menjadi lebih baik lagi. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis sendiri dan berbagai pihak

Ende, Januari 2024

Penulis

ABSTRAK

Katarina Rosario,2019410586. Pengaruh Digital Marketing Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Konsumen Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende (Studi Kasus Pada Jasa Titip Elly Sandra). Skripsi. Ende. Pembimbing I Dr. Mansyur A. Hamid, SE., MM Pembimbing II Maria Endang Jamu, SE., MM. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Flores. 2023

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh digital marketing aplikasi shopee terhadap minat beli konsumen kecamatan ende tengah (pelanggan Jasa Titip Elly Sandra). Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan observasi dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan analisis linear sederhana

Hasil uji statistik pengaruh digital marketing (x1) aplikasi shopee terhadap Minat Beli Konsumen Kecamatan Ende Tengah Kabupaten Ende (Y), sebesar $7,552 > 2,010$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dinyatakan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian digital marketing berpengaruh terhadap minat beli konsumen kecamatan ende tengah kabupaten ende berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai t hitung $7,552 > t$ tabel $2,010$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat dijelaskan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau digital marketing (X) berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y).

Kata Kunci: Digital Marketing, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Minat Beli.

ABSTRACT

Katarina Rosario, 2019410586. The Influence of Digital Marketing of the Shopee Application on Consumer Buying Interest in Ende Tengah District, Ende Regency (Case Study of Elly Sandra's Entrustment Service). Thesis. Ende. Supervisor I Dr. Mansyur A. Hamid, SE., MM Supervisor II Maria Endang Jamu, SE., MM. Management Study Program, Faculty of Economics. Flores University. 2023

The purpose of this research is to determine the influence of digital marketing of the Shopee application on consumers' buying interest in Ende Tengah subdistrict (Elly Sandra Titip 2.010Service customers). The sampling technique uses a proportional sampling technique. The data collection technique uses chairperson and observation and documentation, while the data analysis uses simple linear analysis.

Statistical test result of the influence of digital marketing (x1) Shopee application on consumer Buying Interest, Ende Tengah District, Ende Regency (Y), amounting to $7.552 > 2.010$ and a significant value of $0.000 > 0.05$. it is stated that it has an influence on Consumer Buying Interest

Based on the research results, digital marketing has an effect on consumer buying interest in Ende Tengah District. Based on the result of the regression test, the calculated values is $7.552 > t$ tabel 2.010 and the significance value is 0.000.0,05 so it can be explained that hodi is rejected and Ha is accepted or digital marketing (X) had an effect. On consumer buying interest (Y).

Keywords: Digital Marketing, Service Quality, Product Quality, Price, Interest Buy.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BABI PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Kerangka Teori.....	6
2.1.1 Digital Marketing	6
2.1.2.1 Pengertian Digital Marketing	6
2.1.2.2 Indikator Digital Marketing	6
2.1.2.3 Peranan Digital Marketing	8
2.1.2.4 Manfaat Digital Marketing	8
2.1.2.5 Komponen/ Bentuk Digital Marketing	9
2.1.3 Minat Beli	11
2.1.3.1 Pengertian Minat Beli	11
2.1.3.2 Indikator Minat Beli	11

2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Kerangka Berpikir.....	14
2.4 Hipotesis.....	15
BAB III METODE PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian.....	16
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian	16
3.3 Sumber Data.....	16
3.3.1 Data Primer	16
3.3.2 Data Sekunder	16
3.4 Populasi dan Sampel	17
3.4.1 Populasi	17
3.4.2 Sampel.....	17
3.5 Metode Pengumpulan Data	17
3.5.1 Kuisisioner	17
3.5.2 Dokumentasi	18
3.6 Instrumen Penelitian	18
3.7 Devenisi Operasional Variabel	19
3.8 Teknik Analisis Data.....	20
3.8.1 Uji Validitas	20
3.8.2 Uji Reliabilitas	20
3.8.3 Uji Normalitas	20
3.8.4 Uji Linearitas.....	21
3.8.5 Uji Heteroskedastisitas.....	21
3.9 Analisis Linear Sederhana.....	22
3.9.1 Uji Hipotesis	22
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	23
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum Jasa Titip Elly Sandra.....	24
4.2 Deskripsi Data Responden	24
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	25
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	26

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	27
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Mengunjungi Aplikasi Shopee	28
4.3 Uji Kualitas Data.....	30
4.3.1 Uji Validitas	30
4.3.2 Uji Reliabilitas	32
4.4 Uji AsumsiKlasik.....	34
4.4.1 Uji Normalitas.....	34
4.4.2 Uji Linearitas.....	35
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	35
4.5 AnalisisRegresi Linear Sederhana	36
4.5.1 Uji Parsial (t).....	37
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R2)	39
4.6 Pembahasan Dan Hasil Penelitian.....	39
4.6.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen	39
BAB V PENUTUP	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Data	18
Tabel 3.2 Devenisi Operasional Variabel	19
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	25
Tabel 4.2 Usia Responden.....	26
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	27
Tabel 4.4 Berapa Kali Responden Mengunjungi Aplikasi Shopee.....	29
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	34
Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas	35
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroksedastisitas	36
Tabel 4.10 Hasil Uji Regreasi Linear Sederhana	36
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	38
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2).....	39

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 KerangkaPemikiran.....	15
Diagram 4.1 Jenis KelaminResponden	26
Diagram 4.2 UsiaResponden.....	27
Diagram 4.3 PekerjaanResponden	28
Diagram 4.4 Berapa Kali RespondenMengunjungiAplikasi Shopee.....	29