

**PENGARUH DIGITAL PROMOTION DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP PERKEMBANGAN PENJUALAN UD. AGRIPINA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh

Hengki Pangestu

19.96.1140

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM

YOGYAKARTA

2025

PENGARUH DIGITAL PROMOTION DAN DESAIN PRODUK TERHADAP PERKEMBANGAN PENJUALAN UD. AGRIPINA

SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana

Program Studi Studi Ilmu Komunikasi



disusun oleh

Hengki Pangestu

19.96.1140

**FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL PROMOTION DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP PERKEMBANGAN PENJUALAN UD. AGRIPINA**

yang disusun dan diajukan oleh

Hengki Pangestu

19.96.1140

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 14 Mei 2024

Dosen Pembimbing,



Alvian Alrasid Ajibulloh, M.I.Kom
NIK. 190302486

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH DIGITAL PROMOTION DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP PERKEMBANGAN PENJUALAN UD.AGRIPINA

yang disusun dan diajukan oleh

Hengki Pangestu

19.96.1140

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 14 Mei 2024

Susunan Dewan Penguji

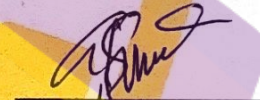
Nama Penguji

Tanda Tangan

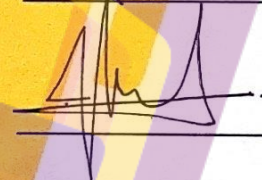
Wiwid Adiyanto. S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 190302477



Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302445



Alvian Alrasid Ajibulloh, S.I.Kom., M.I.Kom
NIK. 190302486



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 14 Mei 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Kuthfi, S.T., M.I.Kom
NIK. 190302125

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Hengki Pangestu
NIM : 19.96.1140

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**PENGARUH DIGITAL PROMOTION DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
PERKEMBANGAN PENJUALAN UD. AGRIPINA**

Dosen Pembimbing : Alvian Alrasid Ajibulloh, M. I.

1. Karya tulis ini adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian **SAYA sendiri**, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab **SAYA**, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini **SAYA** buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, <tanggal lulus ujian skripsi>

Yang Menyatakan,



Nama Mahasiswa

HALAMAN PERSEMBAHAN

“Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada dua orang hebat dalam hidup saya, Ayahanda dan Ibunda. Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan kepadaku. Aku selamanya bersyukur dengan keberadaan kalian sebagai orangtua ku.”



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada kami, sehingga kami dapat menyelesaikan makalah ilmiah tentang limbah dan manfaatnya untuk masyarakat.

Makalah ilmiah ini telah kami susun dengan maksimal dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar pembuatan makalah ini. Untuk itu kami menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan makalah ini.

Terlepas dari semua itu, kami menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu dengan tangan terbuka kami menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar kami dapat memperbaiki makalah ilmiah ini.

Akhir kata kami berharap semoga makalah ilmiah tentang limbah dan manfaatnya untuk masyarakat ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi terhadap pembaca.

Yogyakarta, 15 Mei 2024

Hengki Pangestu

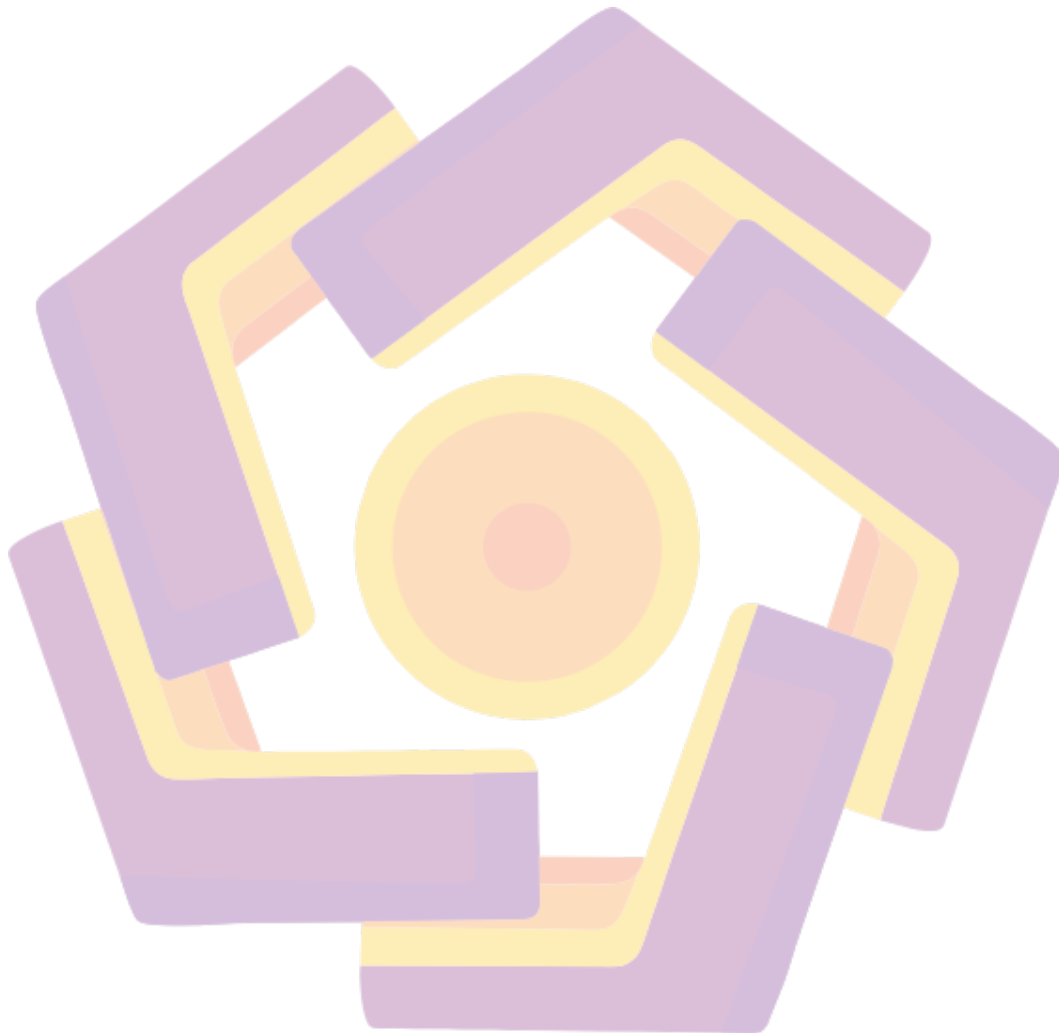
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GRAFIK	ix
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Tinjauan Pustaka	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Pengertian Digital Marketing.....	12
2.2 Pengertian Desain Produk.....	17
2.3 Definisi Penjualan	21
2.4 Media Sosial.....	22
2.4.1 Pengertian Media Sosial.....	22
2.4.2 Karakteristik Media Sosial.....	22
2.4.3 Jenis Jenis Media Sosial	23
2.5 Pemasaran	25
2.5.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	25
2.6 Penelitian yang Relevan.....	26
2.7 Kerangka Berfikir.....	27
2.8 Hipotesa.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian	28
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel.....	29
3.3 Jenis dan Sumber Data	29
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.5 Variabel Penelitian	30

3.6 Variabel Operasional.....	31
3.6.1 <i>Digital marketing</i>	31
3.6.2 <i>Desain Produk</i>	31
3.7 Teknik Analisis Data.....	32
3.7.1 <i>Statistik Deskriptif</i>	32
3.7.2 <i>Kualitas Data</i>	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.2 Karakteristik Responden Pelanggan di UD Agripina.....	38
4.2.1 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	38
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
4.3.1 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan</i>	39
4.4 Hasil Penelitian	40
4.4.1 <i>Uji Validitas</i>	40
4.4.2 <i>Uji Reliabilitas</i>	41
4.4.3 <i>Uji Normalitas</i>	41
4.4.4 <i>Uji Multi</i>	42
4.4.5 <i>Uji heterokedastisitas</i>	43
4.4.6 <i>Uji Hipotesis</i>	44
4.4.7 <i>Uji Hipotesis</i>	45
4.4.8 <i>Dependent Variable: Y</i>	46
4.4.9 <i>Pembahasan</i>	46
4.4.10 <i>Uraian</i>	48
BAB V PENUTUP	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN.....	53

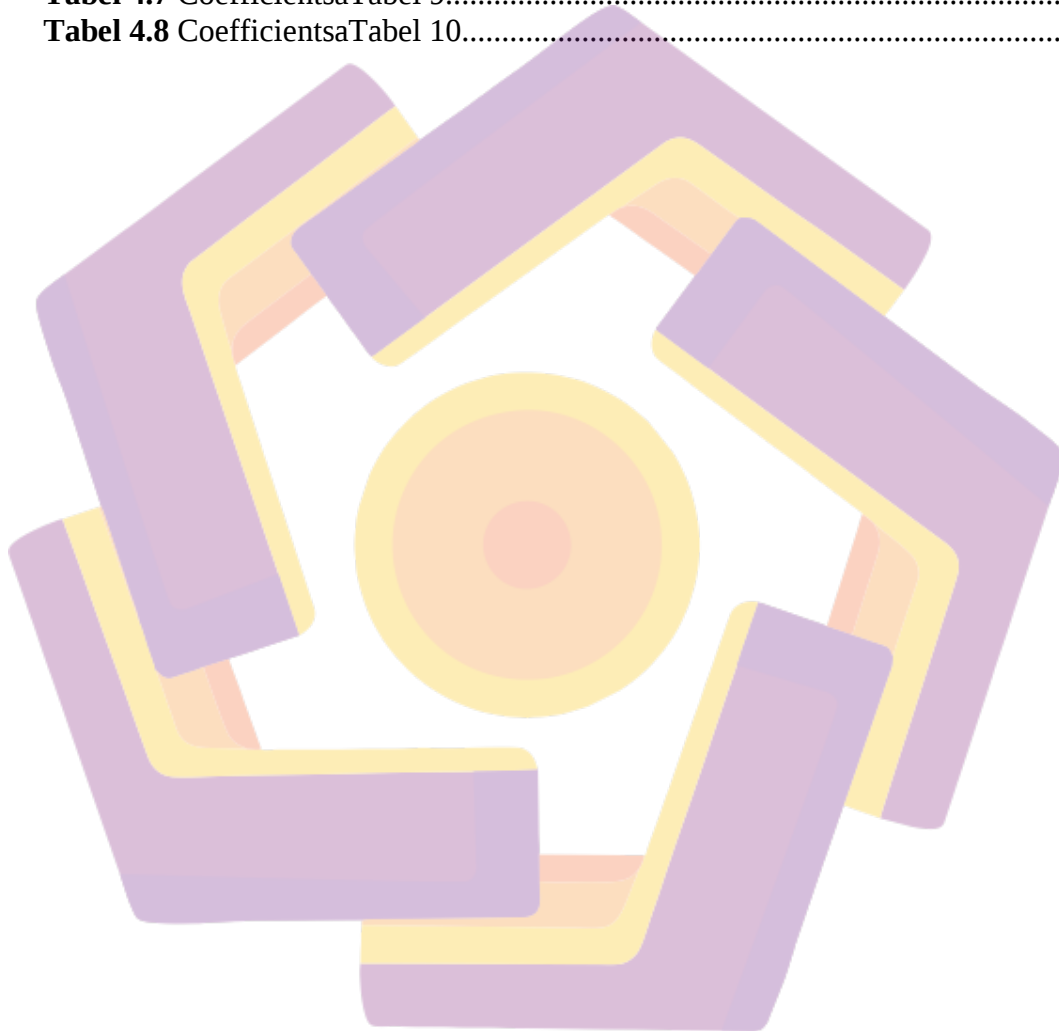
DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Target jumlah dari perusahaan perbulan dari bulan Juni - Oktober 2023	5
Grafik 4.1 Grafik penjualan sesudah.....	37
Grafik 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Grafik 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	39
Grafik 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	40



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uji Validitas	40
Tabel 4.2 Uji ReliabilitasTabel 4.....	41
Tabel 4.3 Uji NormalitasTabel 5.....	42
Tabel 4.4 Uji MultikoleranitasTabel 6	42
Tabel 4.5 Uji HeterokedastisitasTabel 7	43
Tabel 4.6 ANOVAaTabel 8.....	44
Tabel 4.7 CoefficientsaTabel 9.....	45
Tabel 4.8 CoefficientsaTabel 10.....	46



ABSTRAK

Banyak nya UMKM yang mulai menggunakan teknologi digital agar dapat bersaing dengan kompetitor UMKM yang lainya namun perusahaan juga harus memanfaatkan teknologi yang ada dengan sebaik-baiknya, mengingat kini penggunaan media digital sudah banyak diterapkan oleh orang-orang untuk menunjang penjualan bisnis mereka. Dengan memanfaatkan platform media digital maka desain produk juga harus dibuat semenarik mungkin, maka dari itu kami tertarik meneliti UD. Agripina yang belum lama merambah ke media digital dan memperbarui desain produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data menggunakan Googleform yang ditujukan kepada masyarakat sekitar dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan penelitian kami, dengan olah data menggunakan spss agar dapat mendapatkan data yang valid. Objek penelitian yang digunakan yaitu toko pusat oleh-oleh. Hasil penelitian yang didapat dari uji tparsial ditemukan bahwa variabel media digital dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai penjualan UD.Agripina. Setelah menganaliis semua data menggunakan spss dan seluruh data dinyatakan valid dengan nilai yang sesuai dengan yang diharapkan, sehingga penelitian yang kami buat ini diharapkan dapat menjadi contoh penelitian-penelitian yang lain.

Kata kunci: desain produk, Media digital, pasar yang lebih luas UMKM

ABSTRACT

Many MSMEs are starting to use digital technology to be able to compete with other MSME competitors, but companies must also make the best use of existing technology, considering that many people now use digital media to support their business sales. By utilizing digital media platforms, product designs must also be made as attractive as possible, therefore we are interested in researching UD. Agripina recently ventured into digital media and updated product designs to reach a wider market. This research was carried out using quantitative methods by collecting data using Googleform aimed at the local community by asking several questions in accordance with our research, with data processing using SPSS in order to obtain valid data. The research object used is the central souvenir shop. The research results obtained from the partial test found that digital media and product design variables had a positive and significant effect on the sales value of UD. Agripina. After analyzing all the data using SPSS and all the data was declared valid with values that were as expected, it is hoped that the research we have created can be an example of other research.

Keywords: product design, digital media, wider market for MSMEs

