

**EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
KINERJA PEMASARAN
(STUDI KASUS COFFEE SHOP DKI)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :
Devita Ramadani
18.104.11.004

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2022**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Devita Ramdani
NIM : 1810411004
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN (STUDI KASUS COFFEE SHOP DKI), adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi yang telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

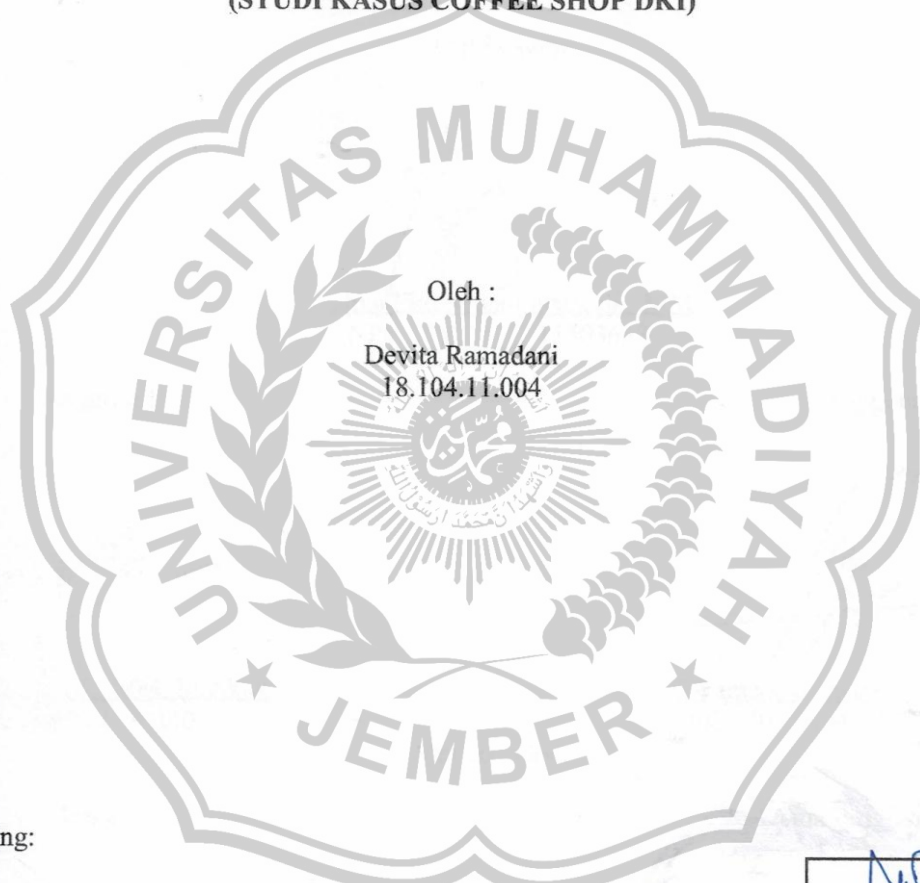
Jember, 7 Juli 2022
Yang menvatakan



Devita Ramadani
NIM. 1810411004



**EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA
PEMASARAN
(STUDI KASUS COFFEE SHOP DKI)**



Oleh :

Devita Ramadani
18.104.11.004

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Budi Santoso, SE, MM, M. Akun

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo, SE, MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOIAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN (STUDI KASUS COFFEE SHOP DKI), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Devita Ramadani
NIM : 1810411004
Hari : Kamis
Tanggal : 7 Juli 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember


Tim Penguji


Wahyu Eko Setianingsih, SE, MM
NPK : 1979120811503633

Anggota 1

Anggota 2



Budi Santoso, SE, MM, M.Akun
NPK. 1973100911139340



Yohanes Gunawan Wibowo, SE, MM
NPK. 19840604.1.1703784

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,


Maheni Ika Sari, SE, MM
NIP. 197708112005012001


Achmad Hasan Hafidzi, SE, MM
NPK. 19860514.1.1703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOIAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN (STUDI KASUS COFFEE SHOP DKI), Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtua saya yang selalu memberi dukungan saya baik dari segi finansial maupun dukungan emosional yang selalu mereka berikan.
2. Seorang sahabat yang selalu support dan dukung setiap keputusan yang saya ambil.
3. Teman teman Manajemen angkatan 2018.
4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing saya yang sudah sabar dalam membimbing saya menyusun skripsi ini sehingga menjadi skripsi yang layak.



MOTTO

“maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan” (QS Al Insyirah 5-6)

“barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali” (HR Tirmidzi)

“tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.” (Ridwan Kamil)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupanjatkan hanya pada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul EFEKTIVITAS PEMANFAATAN MEDIA SOIAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN (STUDI KASUS COFFEE SHOP DKI), Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Bapak Budi Santoso, SE, MM, M.Akun, selaku dosen pembimbing satu dan terima kasih pula atas bimbingan serta arahan yang diberikan selama saya menyusun skripsi ini.
3. Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE, MM, selaku dosen pembimbing dua yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada saya.
5. Ayah dan mama yang selalu menjadi motivasi untuk saya segera menyelesaikan skripsi ini dan selalu menjadi pendukung serta penyemangat disaat saya malas.
6. Andrik Irawan sebagai tunangan saya yang selalu memberi saya semangat, membantu saya dalam penelitian, membantu saya dalam mengumpulkan dokumentasi serta membantu saya dalam melakukan penyebaran kuesioner hingga menjadi penyemangat saya.
7. Sabahat-sahabat saya yang telah senantiasa selalu menghibur saya dan mendukung saya serta membantu saya dalam mengolah data.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 7 Juli 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN	i
PENGESAHAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Teori	5
2.1.1 Pemasaran	5
2.1.2 Marketing Mix	5
2.1.3 Promotion Mix	6
2.1.4 Periklanan	7
2.1.5 Kinerja Pemasaran	7
2.1.6 Komunikasi Pemasaran	8
2.1.7 Sosial Media	8
2.1.8 Media Sosial Instagram	8
2.1.9 Epic Model	8
2.2 Peneliti Terdahulu	9
2.3 Kerangka Konseptual	13
BAB 3	14

METODE PENELITIAN	14
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	14
3.2 Populasi dan Sampel	14
3.2.1 Populasi	14
3.2.2 Sampel	14
3.3 Teknik pengambilan sampel	14
3.4 Data dan Jenis Data	15
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.6 Uji Instrumen Data	16
3.6.1 Uji Validitas	16
3.6.2 Uji Reliabilitas	16
3.7 Variabel Operasional.....	17
3.8 Metode Analisa Data.....	18
BAB 4.....	20
HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Hasil Penelitian.....	20
4.1.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	20
4.1.2. Visi Misi Coffee Shop DKI	21
4.1.3. Struktur Organisasi	21
4.1.4. Segmnetasi Pasar	22
4.2 Hasil Analisis Data	23
4.2.1. Karakteristik Responden.....	23
4.2.2. Deskripsi Jawaban Responden.....	24
4.3 Hasil Uji Instrumen Data	29
4.3.1 Uji Validitas	29
4.3.2 Uji Reliabilitas	30
4.4 Metode Analisis Data	30
4.5 EPIC Rate	33
4.6 Pembahasan.....	34
BAB 5.....	37
KESIMPULAN DAN SARAN	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Kriteria Pemilihan Sampel	14
Tabel 3.2 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel	17
Tabel 3.3 Rentang Skala Keputusan EPIC Model	19
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	23
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Umur Responden	23
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Apakah pernah melihat iklan Coffee Shop DKI.....	24
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Apakah pernah datang ke Coffee Shop DKI	24
Tabel 4.5 Dimensi <i>Empathy</i>	24
Tabel 4.6 Dimensi <i>Empathy</i>	25
Tabel 4.7 Dimensi <i>Empathy</i>	25
Tabel 4.8 Dimensi <i>Persuasion</i>	26
Tabel 4.9 Dimensi <i>Persuasion</i>	26
Tabel 4.10 Dimensi <i>Persuasion</i>	27
Tabel 4.11 Dimensi <i>Impact</i>	27
Tabel 4.12 Dimensi <i>Impact</i>	28
Tabel 4.13 Dimensi <i>Communication</i>	28
Tabel 4.14 Dimensi <i>Communication</i>	28
Tabel 4.15 Dimensi <i>Communication</i>	29
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas.....	29
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 4.18 Skor Rata-rata Dimensi <i>Empathy</i>	31
Tabel 4.19 Skor Rata-rata Dimensi <i>Persuasion</i>	31
Tabel 4.20 Skor Rata-rata Dimensi <i>Impact</i>	32
Tabel 4.21 Skor Rata-rata Dimensi <i>Communication</i>	32
Tabel 4.22 Skor Rata-rata EPIC.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)	1
Gambar 1.2 Infografis Hasil Survei 2019-2020 Pengguna Internet Indonesia	2
Gambar 1.3 Infografis Hasil Survey Apjii 2018 Pengguna Internet Indonesia.....	2
Gambar 1.4 Grafik Data Penjualan Coffee Shop DKI	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	13
Gambar 4.1 Profil <i>Coffee Shop</i> DKI	21
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Coffee Shop DKI.....	22
Gambar 4.3 Rentang Skala Keputusan Dimensi <i>Empathy</i>	31
Gambar 4.4 Rentang Skala Keputusan Dimensi <i>Persuasion</i>	32
Gambar 4.5 Rentang Skala Keputusan Dimensi <i>Impact</i>	32
Gambar 4.6 Rentang Skala Keputusan Dimensi <i>Communication</i>	33
Gambar 4.7 Grafik Epic Rate.....	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian	44
Lampiran 2 Kuesioner Pra Penelitian.....	45
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	46
Lampiran 4 Lampiran Olah Data Jawaban Responden	48
Lampiran 5 Lampiran Hasil Olah Data SPSS	51
Lampiran 6 Lampiran Dokumentasi	56

