

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DAN DIGITAL MARKETING
TERHADAP PENJUALAN (TOKO OLEH-OLEH KHAS PROBOLINGGO KERUPUK IKAN
CAP TENGIRI)**

SKRIPSI

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



Jessica Putri Damayanti
2010411027

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2025**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Jessica Putri Damayanti
NIM : 2010411027
PRODI : Manajemen

Menyetakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Digital Marketing Terhadap Penjualan (Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo Kerupuk Ikan Cap Tengiri)** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

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

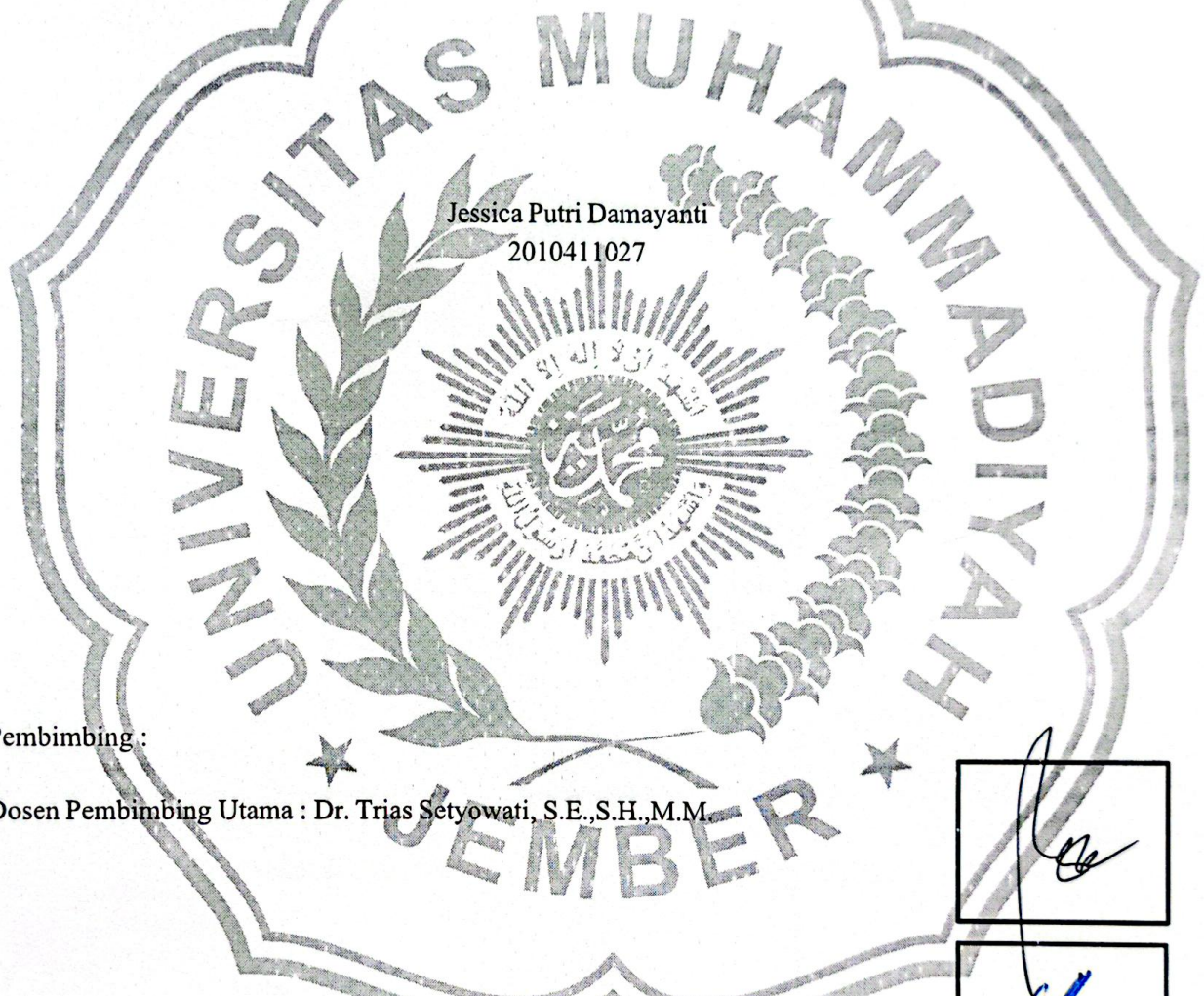
Jember, 06 Januari 2025
Yang menyatakan



Jessica.
Jessica Putri Damayanti
NIM. 2010411027

SKRIPSI

**PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) DAN DIGITAL MARKETING
TERHADAP PENJUALAN (TOKO OLEH-OLEH KHAS PROBOLINGGO KERUPUK IKAN
CAP TENGIRI)**



Jessica Putri Damayanti

2010411027

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Trias Setyowati, S.E.,S.H.,M.M.

Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan Wibowo, S.E.,M.M

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : *Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dan Digital Marketing Terhadap Penjualan (Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo Kerupuk Ikan Cap Tengiri)*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 30 Januari 2025

Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univeristas Muhammadiyah Jember

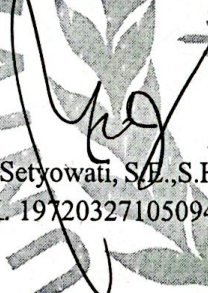
Tim Penguji



Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT

NPK. 1967101611803861

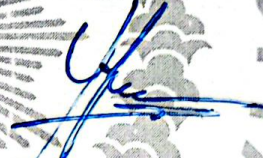
Anggota 1



Dr. Trias Setyowati, S.E., S.H., M.M.

NPK. 1972032710509477

Anggota 2



Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM

NPK. 1984060411703794

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi



Melena Ika Sari, SE., MM

NIP. 197708112005012001

Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.

NPK. 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta nikmat kesehatan, ilmu pengetahuan yang tiada batasan dan kasihnya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya, untuk bapak Ririk Satriyono dan ibu Yeti Pafi Mariyanti Ali terimakasih sudah bekerja keras tak tahu malam siang untuk mencukupi biaya anak-anakmu sehingga bisa menyelesaikan pendidikannya, terimakasih untuk pelajaran hidup yang ayah beri sehingga anakmu menjadi tangguh, ibu terimakasih atas doanya, pengorbanannya, dan tabahnya. Terimakasih sudah membimbing dan menyemangati saya hingga sampai titik sekarang. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita. Semoga bapak dan ibu senantiasa selalu berada dalam lindungannya, sehat selalu untuk ayah dan ibu. Terimakasih.
2. Untuk adik dan kakak tercinta saya kepada Jelita Putri Maharani yang telah melindungi, menasehati, memberikan doa, dukungan, semangat yang tidak didapatkan dimanapun, memberikan saran saat penulis mengalami kesulitan dan keperluan dalam menyelesaikan skripsi, semoga kita berdua menjadi anak yang bisa di andalkan orang tua didunia dan akhirat kelak, sehat selalu.
3. Teruntuk sahabat-sahabat saya Tata, Vira, Deyu, Dewi, Izza, Rani, Nabila, Desta, Atika, Fifi, Sekar dan Lala yang selalu membantu memberikan semangat dan menjadi teman untuk berdiskusi. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan dan ketulusan hati kalian dalam berteman dan mensupport saya.
4. Untuk teman angkatan 2020, khususnya prodi Manajemen A. Terimakasih telah memberi warna di setiap kelas perkuliahan dan terimakasih atas dukungan selama ini.
5. Tak terkecuali untuk Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu memberikan yang terbaik bagi mahasiswanya, terutama Bapak Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT, Ibu Dr. Trias Setyowati, S.E.,S.H.,M.M. dan Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM selaku dosen penguji serta dosen pembimbing saya. Terima kasih karena telah memberikan tenaga, waktu, pikiran, semangat dan doanya untuk membimbing dan mengarahkan skripsi saya hingga selesai dan dinyatakan lulus.
6. Dan terakhir, kepada seseorang yang pernah bersama penulis dan tidak bisa penulis sebut namanya, yang memberikan semangat dan yang berkata akan menunggu hingga kelulusan penulis, walau nyatanya tidak mampu menunggu proses kelulusan penulis hingga akhir. Terimakasih untuk patah hati yang diberikan saat proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi bagian menyenangkan sekaligus menyakitkan dari pendewasaan ini. Guru terbaik yaitu pengalaman pendewasaan untuk belajar ikhlas, sabar, dan menerima arti kehilangan sebagai bentuk proses penempaan menghadapi dinamika hidup. Pada akhirnya setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orangnya.

MOTTO

“Sesungguhnya bencana terhadapmu bukan untuk menghancurkanmu melainkan sesungguhnya akan mengujimu, mengesahkan kesempurnaan imanmu dan menguatkan dasar kepercayaanmu dan memberikan kabar baik ke dalam batinmu.”

~Syekh Abdul Qadir al-Jailani~

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu yang paling penting karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit”

(Edwar Satria)

“Perang telah usai, aku bisa pulang
Kubaringkan panah dan berteriak MENANG!”

(Nadin Amizah)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul, “Pengaruh Orientasi Pasar, Kualitas Produk Dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Perikanan “Mutuara Fish” Kecamatan Umbulsari Kabupaten Jember” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu wujud nyata untuk memenuhi impian yang menjadi kewajiban yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Allah SWT berkat rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M. Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari S. E., M. M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Kepala Program Studi Manajemen Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM dan Sekretaris Program Studi Manajemen Septy Holisa Umamy, SM., MM. yang telah membantu penyelesaian proses administrasi akademik.
5. Bapak Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT, selaku dosen ketua penguji yang telah memberikan kesempatan telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Trias Setyowati, S.E.,S.H.,M.M.selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan motivasinya pada skripsi ini. Terima kasih banyak karena telah menerima dengan tangan terbuka membimbing dan membantu penulis, serta selalu memberikan dukungan, waktu dan solusi terbaik ketika menemui kesulitan dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Bapak Yohanes Gunawan Wibowo, SE., MM selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan tanggapan, saran, arahan serta motivasinya pada skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membekali ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.

9. Keluarga dan sahabat-sahabat saya yang telah memberikan doa dan dukungannya tanpa henti.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 khususnya Manajemen kelas A terimakasih atas dukungan kalian selama ini.
11. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu

Saya sebagai penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Skripsi yang penulis buat ini, semoga pembaca dapat memberikan kritikan dan saran sebagai bahan evaluasi bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun terutama bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jember, 06 Januari 2025
Yang menyatakan

Jessica Putri Damayanti
NIM. 2010411027

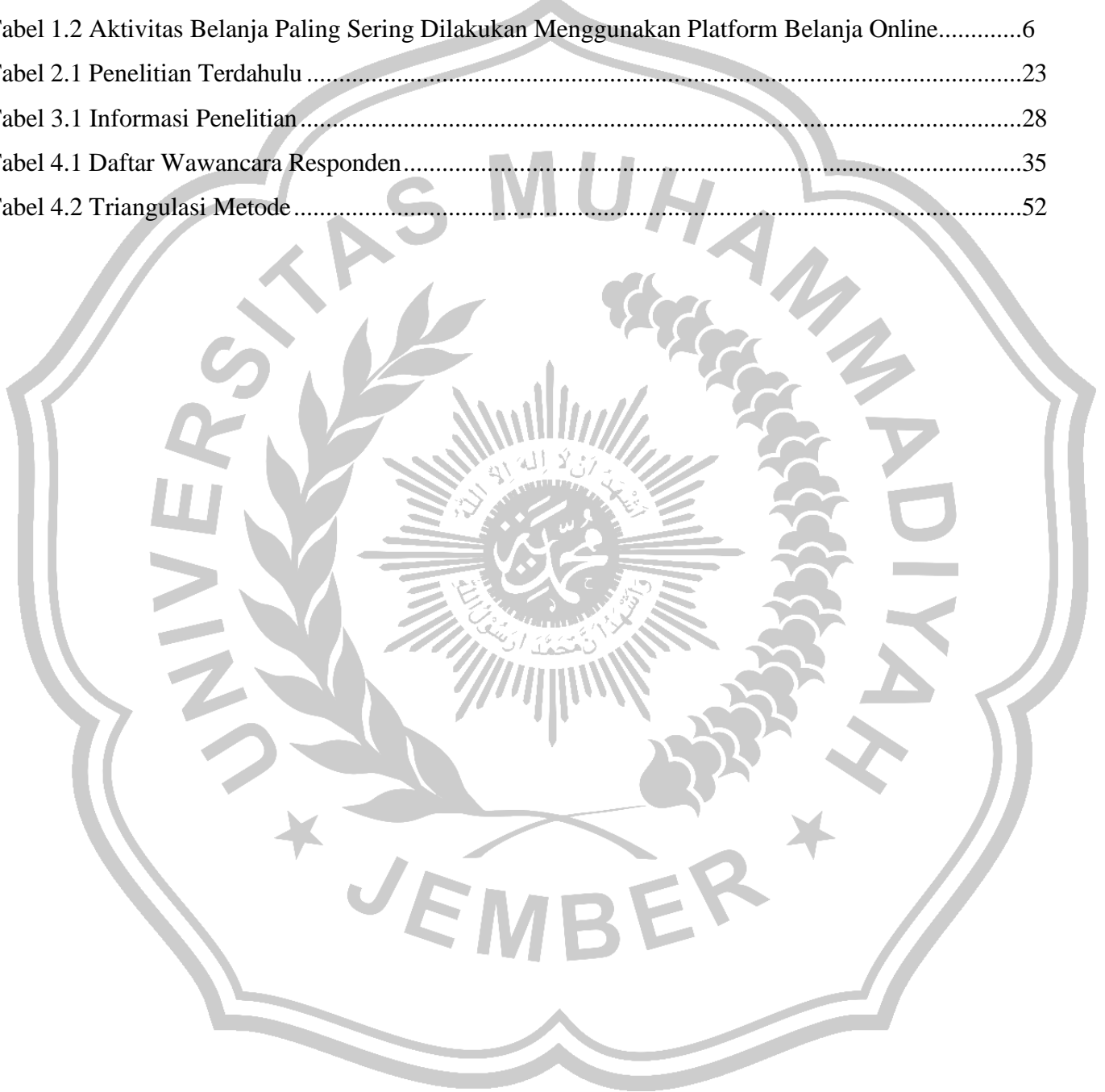
DAFTAR ISI

COVER	1
PERNYATAAN	2
PERSETUJUAN	3
PENGESAHAN	4
PERSEMBAHAN	5
MOTTO	6
ABSTRAK	7
ABSTRACT	8
KATA PENGANTAR	9
DAFTAR ISI	11
DAFTAR TABEL	13
DAFTAR GAMBAR	14
DAFTAR LAMPIRAN	15
BAB I PENDAHULUAN	1
11.1 Latar Belakang	1
11.2 Rumusan Masalah	10
11.3 Tujuan Penelitian	10
11.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Pemasaran	11
2.2 Bauran Pemasaran (Marketing mix)	12
2.2.1 Produk (Product)	12
2.2.2 Harga (Price)	13
2.2.3 Tempat (Place).....	14
2.2.4 Promosi (Promotion)	14
2.3 Digital marketing.....	15
2.3.1 Strategi Digital marketing.....	16
2.3.2 Indikator Digital marketing.....	16
2.3.3 Jenis-Jenis Digital marketing	17
2.3.4 Konsep Digital marketing	18
2.4 Penjualan	18
2.4.1 Strategi Penjualan	19
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	19
2.4.3 Indikator Penjualan	21
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu	21
2.6 Kerangka Konseptual	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Unit Analisis.....	28
3.3 Instrumen Penelitian	29
3.4 Lokasi Penelitian	29
3.5 Sumber Data	29

3.5.1	Data Primer.....	29
3.5.2	Data Sekunder.....	29
3.6	Metode Pengumpulan Data	29
3.6.1	Observasi (pengamatan).....	29
3.6.2	Wawancara	30
3.6.3	Dokumentasi	30
3.7	Teknik Analisis Data	30
3.7.1	Reduksi Data.....	30
3.7.2	Penyajian data.....	30
3.7.3	Kesimpulan.....	31
3.8	Uji Keabsahan Data.....	31
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1	Gambaran Umum Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo Kerupuk Ikan Cap Tengiri.....	32
4.1.1	Visi dan Misi Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo Kerupuk Ikan Cap Tengiri.....	33
4.1.2	Struktur Organisasi Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo Kerupuk Ikan Cap Tengiri.....	34
4.2	Pembahasan Temuan.....	35
4.2.1	Penerapan Bauran Marketing Mix.....	35
4.2.2	Strategi Digital Marketing Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo Kerupuk Ikan Cap Tengiri.....	43
4.3	Analisis Data	52
4.4	Pembahasan Penerapan	59
4.5.1	Produk (Product) Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo.....	59
4.5.2	Harga (Price) Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo	61
4.5.3	Tempat (Place) Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo	62
4.5.4	Promosi (Promotion) Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo.....	64
4.5.5	Strategi Digital Marketing Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo.....	65
4.5	Faktor-Faktor Yang Mendukung Dan Menghambat	69
4.5.1	Faktor-Faktor Yang Mendukung Dan Menghambat Penerapan Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	69
4.5.2	Faktor-Faktor Yang Mendukung Dan Menghambat Penerapan Digital Marketing.....	72
4.5.3	Faktor-Faktor Yang Mendukung Dan Menghambat Penerapan Analisis SWOT	74
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....		79

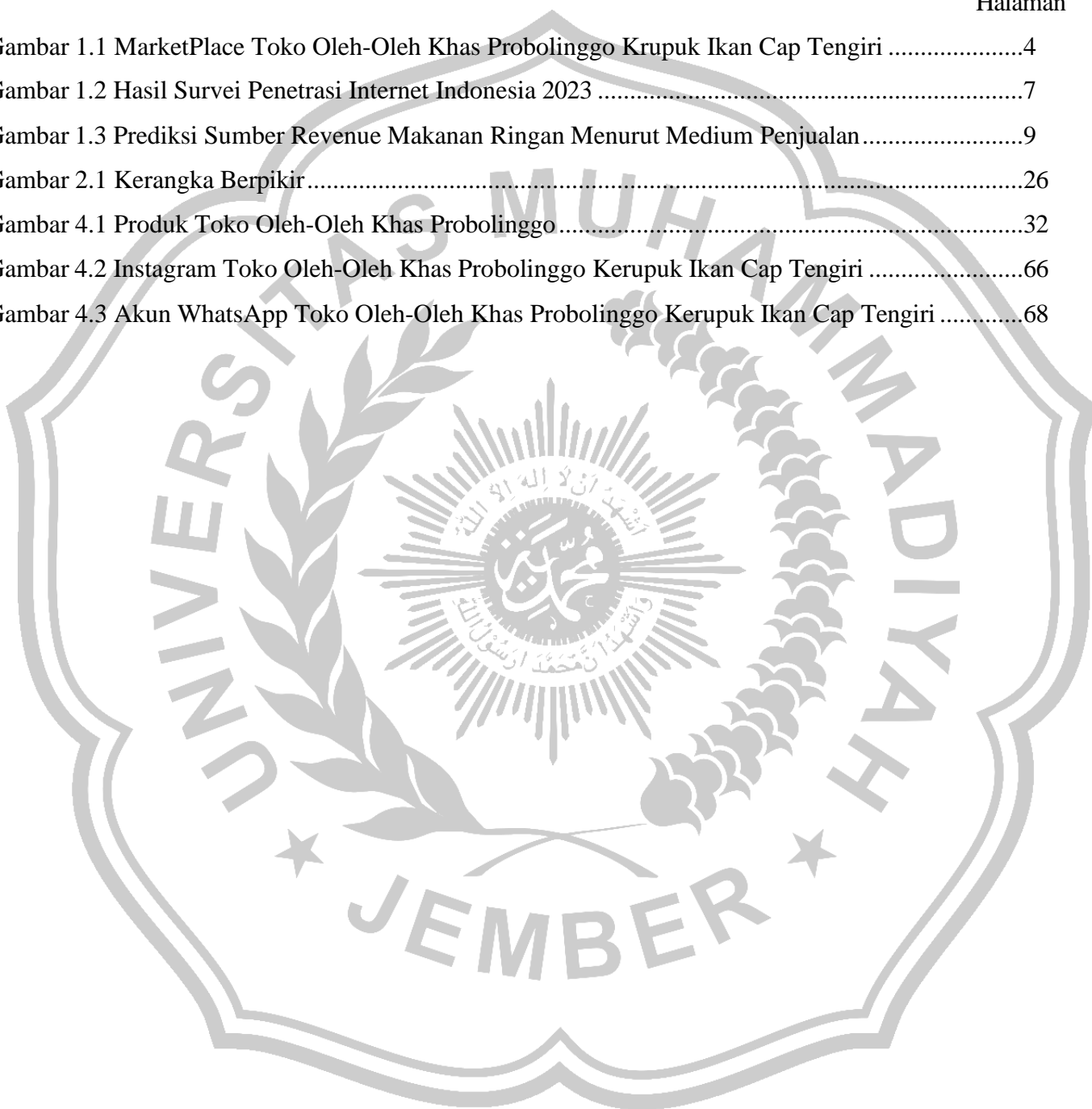
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Perbandingan Toko Oleh-Oleh di Kota Probol	2
Tabel 1.2 Aktivitas Belanja Paling Sering Dilakukan Menggunakan Platform Belanja Online.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Informasi Penelitian.....	28
Tabel 4.1 Daftar Wawancara Responden.....	35
Tabel 4.2 Triangulasi Metode.....	52



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 MarketPlace Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo Krupuk Ikan Cap Tengiri	4
Gambar 1.2 Hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2023	7
Gambar 1.3 Prediksi Sumber Revenue Makanan Ringan Menurut Medium Penjualan	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	26
Gambar 4.1 Produk Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo	32
Gambar 4.2 Instagram Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo Kerupuk Ikan Cap Tengiri	66
Gambar 4.3 Akun WhatsApp Toko Oleh-Oleh Khas Probolinggo Kerupuk Ikan Cap Tengiri	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara.....	82
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	86
Lampiran 3. Dokumentasi	88

