

**PEMANFAATAN MEDIA FACEBOOK DAN WHATSAPP SEBAGAI
PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI UMKM
GPS SABLON**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

OKTA VIAN NURUL HUDA

15.1041.1168

**PROGAM STUDY MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2020**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : OKTA VIAN NURUL HUDA

NIM : 1510411168

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PEMANFAATAN MEDIA FACEBOOK DAN WHATSAPP SEBAGAI PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI UMKM GPS SABLON** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada 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 bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 25 April 2020

Yang menyatakan,

METERAI
TEMPEL

TGL
GC327AFF818289149

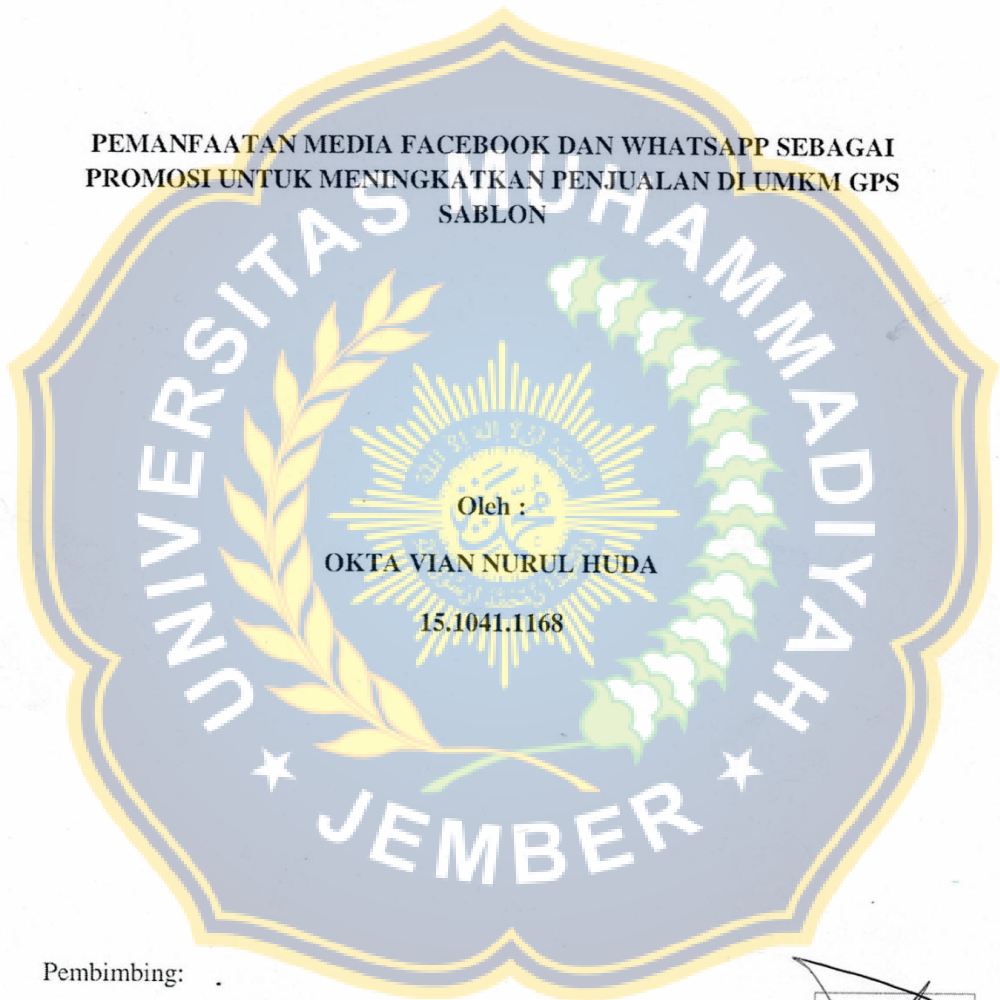
6000
ENAM RIBURUPIAH

OKTA VIAN NURUL HUDA

NIM. 15.1041.1168

SKRIPSI

**PEMANFAATAN MEDIA FACEBOOK DAN WHATSAPP SEBAGAI
PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI UMKM GPS
SABLON**



Oleh :

OKTA VIAN NURUL HUDA

15.1041.1168

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Akhmad Suharto, MP

Dosen Pembimbing Pendamping : Haris Hermawan, SE, MM

Two rectangular boxes containing handwritten signatures in black ink. The top box contains a signature that appears to be 'Akhmad Suharto', and the bottom box contains a signature that appears to be 'Haris Hermawan'.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Pemanfaatan Media Facebook Dan Whatsapp Sebagai Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Umkm GPS Sablon, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Okta Vian Nurul Huda
NIM : 1510411168
Hari : Selasa
Tanggal : 25 April 2020
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Trias Setyowati, SE, MM


NPK. 05 09 477

Anggota 1.


Drs. Akhmad Suharto, MP

NPK. 89 06 242


Anggota 2.


Haris Hermawan, SE, MM

NPK. 15 03 640


Mengesahkan :

Dekan.


Dr. Arik Susbiyanti, SE, M.Si

NPK. 01 09 289

Ketua Program Studi.


Haris Hermawan, SE, MM

NPK. 15 03 640

MOTTO

“Dan bahwa seorang manusia tidak akan memperoleh sesuatu selain apa yang telah diusahakan sendiri”

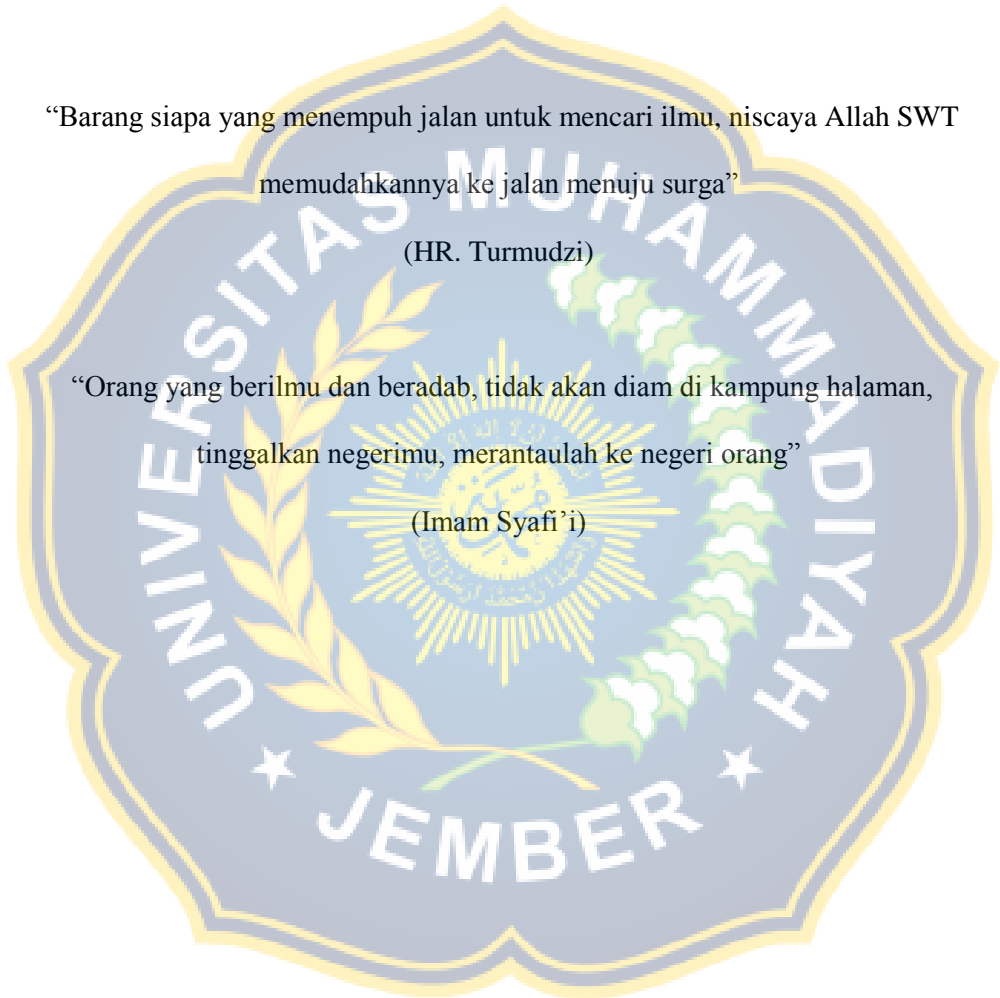
(Q.S. An-Najm : 39)

“Barang siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, niscaya Allah SWT memudahkannya ke jalan menuju surga”

(HR. Turmudzi)

“Orang yang berilmu dan beradab, tidak akan diam di kampung halaman, tinggalkan negerimu, merantaulah ke negeri orang”

(Imam Syafi'i)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
2. Kepada Bapak dan Ibu saya yang selalu senantiasa mendoakan saya disetiap waktu dan mensupport demi kelancaran menyelesaikan kuliah.
3. Kepada Bapak Akhmad Suharto, MP dan Bapak Haris Hermawan, SE, MM terimakasih telah membimbing dalam penyusunan skripsi saya dan sudah siap sedia menjadi pembimbing di manapun dan kapanpun.
4. Kepada Ibu Trias Setyowati sebagai dosen Penguji yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada saya.
5. Sahabat dan teman-teman khususnya Manajemen D 2015 yang telah mendukung dan berbagi informasi mengenai skripsi, semua orang yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, yang telah berpartisipasi dalam penyelesaian skripsi.
6. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammadiyah Jember

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya persembahkan kepada Allah SWT, karena berkat izin dan ridhonya pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul ” Pemanfaatan Media Facebook Dan Whatsapp Sebagai Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Umkm GPS Sablon”. Peneliti merasa bahwa penyusunan skripsi ini banyak masukan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr. Arik Susbiyani, Msi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Trias selaku dosen penguji, Bapak Drs. Akhmad Suharto, MP selaku pembimbing I dan Bapak Haris Hermawan, SE, MM selaku pembimbing II yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan demi kelancaran penyelesaian skripsi.
3. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan berbagai kritik dan saran yang bersifat membangun bagi peneliti. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya dan sebagai wahana menambah pengetahuan serta pemikiran.

Jember, 25 April 2020

Peneliti

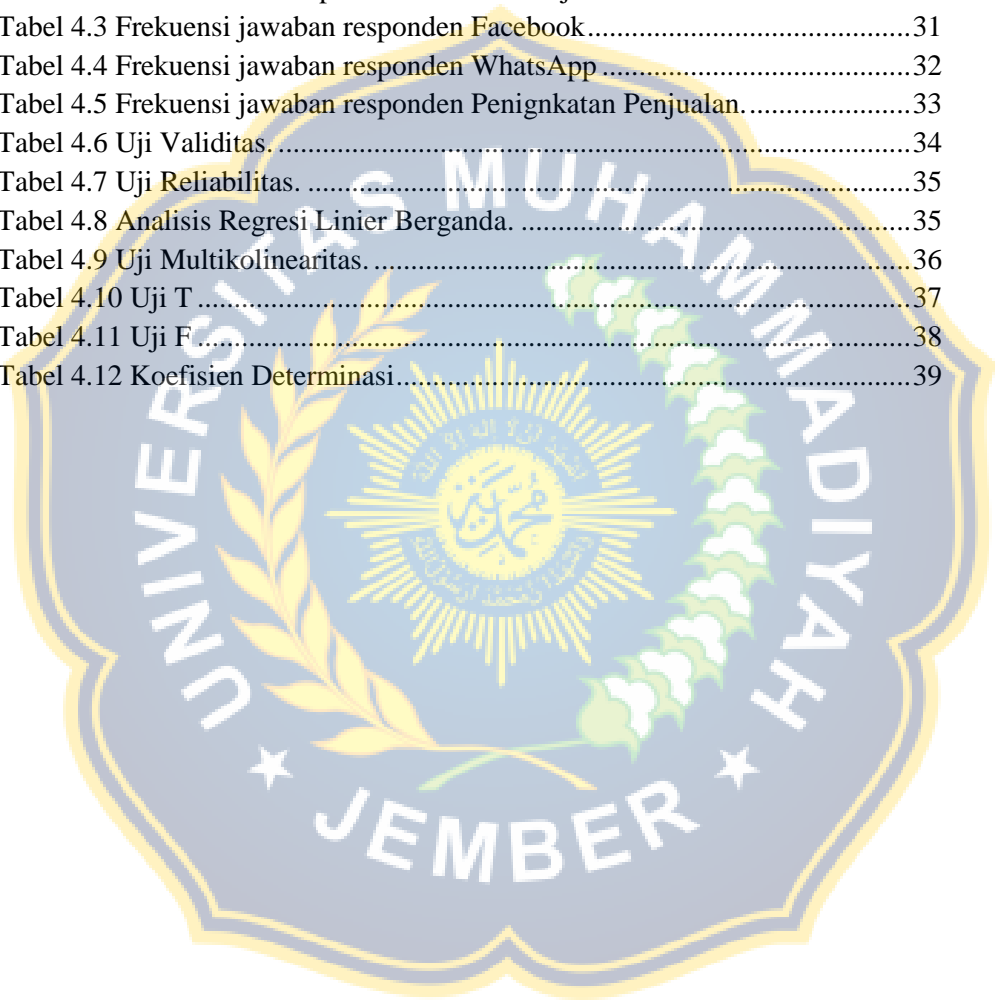
DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PENULIS	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Manajemen Pemasaran.....	6
2.3 Konsep Pemasaran	7
2.4 Marketing Mix	8
2.5 Perilaku Konsumen.....	9
2.6 Penjualan.....	10
2.7 Pentingnya Sosmed untuk UMKM	11
2.7.1 Facebook	12
2.7.2 WhatsApp.....	13
2.7.3 Usaha Mikro kecil dan menengah	14
2.8 Tinjauan Pustaka	15
2.9 Kerangka Konsep.....	19
2.10 Hipotesis Penelitian	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variabel.....	21
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	21
3.3 Desain Penelitian.....	23
3.4 Jenis Data	24

3.5 Populasi dan Sampel.....	24
3.6 Teknik Pengukuran Data.....	25
3.7 Teknik Analisis Data.....	25
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	25
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	25
3.7.3 Uji Validitas.....	26
3.7.4 Uji Reliabilitas.....	26
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	28
4.2 Visi Misi.....	28
4.3 Pemanfaatan Media Facebook sebagai promosi.....	29
4.4 Pemanfaatan Media WhatsApp sebagai promosi.....	30
4.5 Efektifitan Media untuk meningkatkan penjualan.....	31
4.6 Deskriptif Penelitian.....	31
4.6.1 Karakteristik Responden.....	31
4.6.2 Frekuensi Jawaban.....	32
4.7 Analisis Data.....	36
4.7.1 Uji Validitas Data.....	36
4.7.2 Uji Reliabilitas.....	36
4.7.3 Analisis Regresi linier berganda.....	37
4.7.4 Uji Asumsi klasik.....	38
4.8 Hasil Penelitian.....	39
4.8.1 Hasil Uji T.....	39
4.8.2 Hasil Uji F.....	40
4.8.3 Koefisien Determinasi.....	41
4.9 Pembahasan.....	41
BAB 5 PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	45

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data penjualan GPS Sablon	3
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan umur	30
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	31
Tabel 4.3 Frekuensi jawaban responden Facebook.....	31
Tabel 4.4 Frekuensi jawaban responden WhatsApp	32
Tabel 4.5 Frekuensi jawaban responden Penignkatan Penjualan.....	33
Tabel 4.6 Uji Validitas.....	34
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	35
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas.....	36
Tabel 4.10 Uji T.....	37
Tabel 4.11 Uji F.....	38
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi.....	39



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	19
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	47
Lampiran 2 Rekapilasi Hasil Kuesioner.....	49
Lampiran 3 Frekuensi Jawaban.....	52
Lampiran 4 Uji Validitas.....	57
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	57
Lampiran 6 Koefisien Regresi.....	58
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.....	58
Lampiran 8 Uji T dan Uji F.....	60
Lampiran 9 Koefisien Determinasi.....	60
Lampiran 10 Dokumentasi.....	61

