

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING DAN PENGARUHNYA
TERHADAP KEBERHASILAN WANITA PENGUSAHA
(Studi Kasus UMKM di Kecamatan Tembalang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Ekonomi di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



Christina Johan Gita Ananda

16.D1.0179

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

SEMARANG

2020

**PENERAPAN DIGITAL MARKETING DAN PENGARUHNYA
TERHADAP KEBERHASILAN WANITA PENGUSAHA
(Studi Kasus UMKM di Kecamatan Tembalang)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

Ekonomi di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



Christina Johan Gita Ananda

16.D1.0179

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2020

Surat Pernyataan Keaslian Data Skripsi

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama: Christina Johan Gita Ananda

NIM: 16.D1.0179

Alamat lengkap di Semarang: Jalan Genuksari III RT 03 RW 08, Kecamatan Genuk, Kota Semarang

Nama orang tua: Yohanes Karyanta

Alamat orangtua: (diisi bila berasal dari luar Semarang):

Nomor telepon orangtua: 081326582528

Nomor Handphone (mahasiswa): 082137243076

Nomor Handphone anggota keluarga terdekat: 085975195126 (Kakak/Adik/Saudara)

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh data penelitian yang tertulis dalam skripsi saya yang berjudul Penerapan *Digital Marketing* dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Wanita Pengusaha (Studi Kasus UMKM di Kecamatan Tembalang) merupakan data yang sebenarnya. Bila suatu saat terbukti bahwa data yang saya cantumkan dalam skripsi adalah data fiktif maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Universitas Katolik Soegijapranata.

Hormat saya,

Semarang, 16 September 2020

The image shows a green revenue stamp (Meterai Tempel) for 5000 Rupiah. The stamp includes the text 'METERAI TEMPEL', the serial number '005C0AHF582536004', and the amount '5000 LIMA RIBU RUPIAH'. A handwritten signature is written over the stamp.

(Christina Johan Gita Ananda)

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Penerapan Digital Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan
Wanita Pengusaha (Studi Kasus UMKM di Kecamatan Tembalang)

Diajukan oleh : Christina Johan Gita A

NIM : 16.D1.0179

Tanggal disetujui : 30 September 2020

Telah setuju oleh

Pembimbing : Drs. R. Bowo Harcahyo M.B.A.

Penguji 1 : Dr. Ch. Yekti Prawihatmi S.E., M.Si.

Penguji 2 : Drs. Y. Sugiharto M.M.

Penguji 3 : Drs. R. Bowo Harcahyo M.B.A.

Ketua Program Studi : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Plt. Dekan : Yusni Warastuti S.E., M.Si.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=16.D1.0179

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Christina Johan Gita Ananda

NIM : 16.D1.0179

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul Penerapan *Digital Marketing* dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Wanita Pengusaha (Studi Kasus UMKM di Kecamatan Tembalang).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 1 September 2020

Yang menyatakan



Christina Johan Gita Ananda

KATA PENGANTAR

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata. Peneliti menulis skripsi ini dengan judul “PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEBERHASILAN WANITA PENGUSAHA”.

Penelitian ini tidak akan selesai tanpa bimbingan, arahan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Kehadiran Tuhan YME karena telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA selaku Dosen Pembimbing dan Ibu MG. Westrie Kekalih, SE.,ME selaku Dosen Wali saya yang sudah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing saya dengan penuh rasa sabar.
3. Kedua orangtua dan kakak saya yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk menyelesaikan penelitian.
4. Wahyu Surya, Bangkit, Ulfa, Nana, Jane, Yosep, Andre, dan Daus yang selalu menemani saya mengerjakan penelitian.
5. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semarang, 1 September 2020

Peneliti,



Christina Johan Gita Ananda

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penerapan *digital marketing* terhadap keberhasilan suatu usaha yang dipengaruhi oleh pengetahuan teknologi *internet marketing* pada wanita pengusaha. Dan diharapkan penelitian ini dapat memberikan referensi baru terhadap wanita pengusaha yang sudah menggunakan *digital marketing* maupun yang belum agar menerapkan *digital marketing* pada usahanya supaya dapat mengembangkan usahanya.

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan metode *Purposive Sampling*. Sampel dalam penelitian ini terdapat 33 responden pengusaha wanita yang menggunakan *digital marketing* dalam usahanya dan merupakan pelaku usaha yang berada di Kecamatan Tembalang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Teknologi *Internet Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penerapan *Digital Marketing* dan Penerapan *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keberhasilan Usaha. Variabel independen yang memiliki pengaruh terbesar terhadap Penerapan *Digital Marketing* adalah Pengetahuan Teknologi *Internet Marketing*.

Kata Kunci: Pengetahuan Teknologi *Internet Marketing*, Penerapan *Digital Marketing*, Keberhasilan Usaha.

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of the application of digital marketing on the success of a business that is influenced by knowledge of internet marketing technology in women entrepreneurs. And it is hoped that this research can provide a new reference for women entrepreneurs who have used digital marketing or who have not to apply digital marketing to their business that they can develop their business.

In this study, the data used are primary data collected through questionnaires with purposive sampling method. The sample in this study consisted of 33 female entrepreneur respondents who use digital marketing in their business and are business actors who are in Tembalang District.

The results of this study indicate that Internet Marketing Technology Knowledge has a positive and significant effect on the application of digital marketing and the application of digital marketing has a positive and significant effect on business success. The independent variable that has the greatest influence on the application of digital marketing is the knowledge of internet marketing technology.

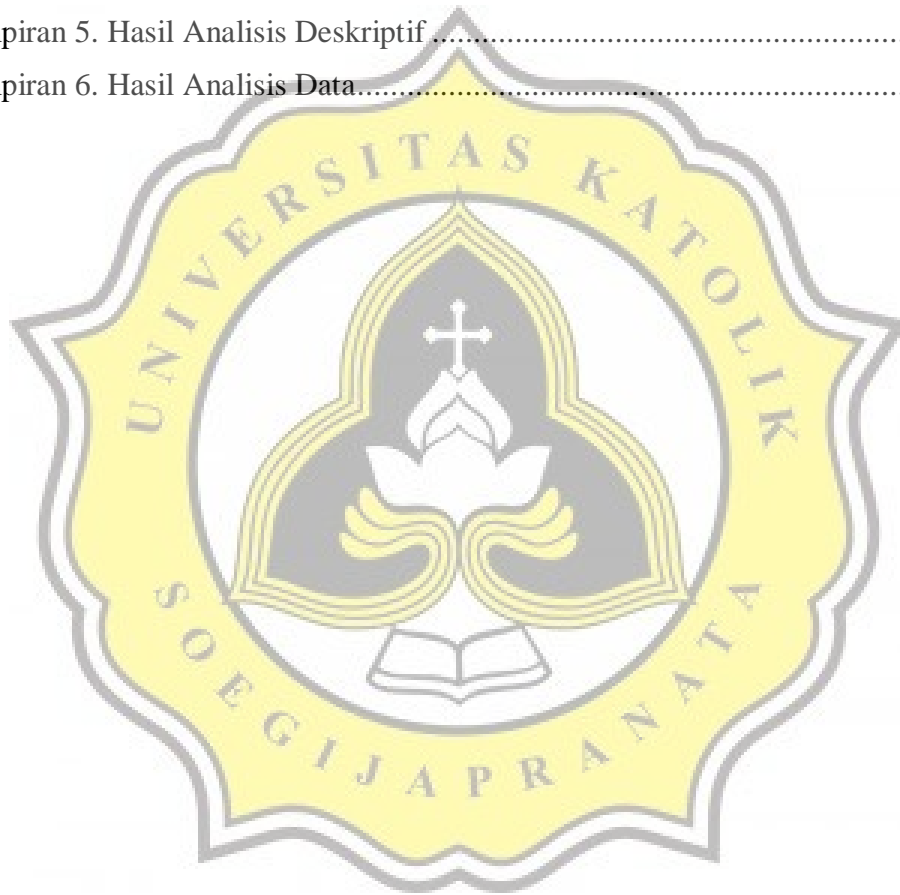
Keywords: Internet Marketing Technology Knowledge, Digital Marketing Application, Business Success.

DAFTAR ISI

PENERAPAN DIGITAL MARKETING DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEBERHASILAN WANITA PENGUSAHA	i
PENERAPAN DIGITAL MARKETING DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEBERHASILAN WANITA PENGUSAHA	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	9
BAB II	10
2.1 Penerapan <i>Digital Marketing</i>	10
2.1.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	10
2.1.2 Jenis - Jenis <i>Digital Marketing</i>	12
2.1.3 Manfaat <i>Digital Marketing</i>	15
2.2 <i>Media Social</i>	15
2.3 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	16
2.4 Wanita dan <i>Digital Marketing</i>	18
2.5 Wirausaha Wanita	19
2.6 Keberhasilan Usaha	20
2.7 Penelitian terdahulu	22

2.8 Kerangka Pikir Penelitian.....	25
2.9 Hipotesis Penelitian.....	26
2.10 Definisi Operasional Variabel	27
BAB III.....	29
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian.....	29
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	29
3.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	30
3.4 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	31
3.4.1 Hasil Uji Validitas	31
3.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	34
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	34
3.5.2 Analisis Regresi Linier.....	34
3.5.3 Uji t.....	35
BAB IV	36
4.1 Gambaran Umum Responden.....	36
4.1.1 Responden Berdasarkan Profil Usaha.....	36
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.1.3 Responden Berdasarkan <i>Digital Marketing Media Social</i> Yang Digunakan.....	38
4.2 Analisis Deskriptif	39
4.2.1 Pengetahuan Teknologi <i>Internet Marketing</i>	39
4.2.2 Penerapan <i>Digital Marketing</i>	41
4.2.3 Keberhasilan Usaha	42
4.3 Analisis Regresi Linier.....	43
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Linier	43
4.4 Pengujian Hipotesis (Uji t)	44
4.4.1 Hipotesis 1:.....	45
4.4.2 Hipotesis 2:.....	46
BAB V.....	47
PENUTUP.....	47

5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	50
DAFTAR LAMPIRAN.....	53
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	53
Lampiran 2. Data Responden	56
Lampiran 4. Gambaran Umum Responden.....	58
Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif.....	59
Lampiran 6. Hasil Analisis Data.....	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia 2017-2023	1
Gambar 1. 2 Pengguna dan Populasi 10 Negara di Asia	2
Gambar 1. 3 Social Media Overview.....	4
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	26



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2.2 Definisi Operasional Penelitian	27
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Pengetahuan Teknologi Internet Marketing.....	32
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Penerapan Digital Marketing	32
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Keberhasilan Usaha	33
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4. 1 Profil Usaha Responden	36
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	38
Tabel 4. 3 Digital Marketing Media Social yang Digunakan Responden	38
Tabel 4. 4 Pengetahuan Teknologi Internet Marketing	39
Tabel 4. 5 Media Social yang dikuasai Responden	40
Tabel 4. 6 Akun Media Social yang Dimiliki Responden	41
Tabel 4. 7 Penerapan Digital Marketing	41
Tabel 4. 8 Keberhasilan Usaha.....	42
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier 1	43
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier 2	44
Tabel 4. 11 Uji t 1	45
Tabel 4. 12 Uji t 2.....	46