

THESIS

**ANALISIS PENINGKATAN PENJUALAN SHI-DA
MELALUI PEMASARAN DIGITAL**



Alvin Ferdian

18.D3.0015

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG**

2021

THESIS

ANALISIS PENINGKATAN PENJUALAN SHI-DA MELALUI PEMASARAN DIGITAL

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Magister Manajemen**



Alvin Ferdian

18.D3.0015

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG

2021

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvin Ferdian
NIM : 18.D3.0015
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul Analisis Peningkatan Penjualan SHI-DA Melalui Pembayaran Digital bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Semarang, 23 Februari 2021

Yang menyatakan



Alvin Ferdian

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENINGKATAN PENJUALAN SHI-DA
MELALUI PEMBAYARAN DIGITAL**

Diajukan oleh
Alvin Ferdian
18.D3.0015


Telah disetujui, tanggal 23 Februari 2021

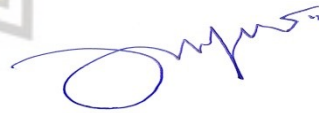
Oleh

Dosen Pembimbing

Mengetahui

Kaprodi Pascasarjana Manajemen


Prof. Dr. Ridwan Sanjaya, SE, S.Kom, MS.IEC


Dr. Agatha Ferijani S.E., MS.HRM

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Analisis Peningkatan Penjualan Shi-da Melalui Pemasaran Digital
Diajukan oleh : Alvin Ferdian, S.kom
NIM : 18.D3.0015
Tanggal disetujui : 23 Februari 2021
Telah setuju oleh
Pembimbing 1 : Prof. Dr. Ridwan Sanjaya S.E., S.Kom., MS.IEC.
Penguji 1 : Dr. Rustina Untari M.Si.
Penguji 2 : Dr. Bernardinus Harnadi S.T., M.T.
Penguji 3 : Prof. Dr. Ridwan Sanjaya S.E., S.Kom., MS.IEC.
Penguji 4 : Prof. Dr. Ridwan Sanjaya S.E., S.Kom., MS.IEC.
Ketua Program Studi : Dr. Agatha Ferijani S.E., MS.HRM.
Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

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

sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.D3.0015

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

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alvin Ferdian
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Thesis

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul “Analisis Peningkatan Penjualan SHI-DA Melalui Pembayaran Digital” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan 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, 23 Februari 2021

Yang menyatakan



Alvin Ferdian

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Thesis dengan judul “ANALISIS PENINGKATAN PENJUALAN SHI-DA MELALUI PEMASARAN DIGITAL “. Penulisan Laporan Thesis ini merupakan salah satu syarat untuk mendapat gelar Magister Manajemen, Universitas Katolik Soegijapranata.

Atas bantuan dan dukungan yang diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung, kami ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ridwan Sanjaya, SE, S.Kom, MS.IEC selaku dosen pembimbing.
2. Ibu Dr. Rustina Untari, S.E.,M.Si. dan Bapak Dr. Bernardus Hernadi, M.T. selaku dosen penguji
3. Seluruh dosen Universitas Katolik Soegijapranata yang sudah memberikan ilmu untuk dapat diterapkan dalam pembuatan laporan thesis ini.
4. Teman-teman Universitas Katolik Soegijapranata jurusan Magister Manajemen.
5. Keluarga yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan penyusunan laporan tesis ini.
6. Serta semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis telah berusaha menyusun laporan thesis ini dengan sebaik-baiknya, tetapi penulis menyadari bahwa laporan thesis ini masih jauh dari sempurna. Dengan segala kerendahan hati, penulis sangat terbuka di dalam menanggapi segala kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata, penulis berharap agar laporan thesis ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, 23 Februari 2021



Alvin Ferdian



ABSTRAK

Maraknya bisnis makanan di Indonesia menyebabkan persaingan menjadi ketat dan masing - masing perusahaan perlu menjaga loyalitas pelanggan sehingga tetap membeli produk makanan yang ditawarkan. SHI-DA Indonesia yang merupakan salah satu bisnis makanan yang menjual jajanan Taiwan. Berdasarkan laporan keuangan SHI-DA Cabang Semarang dapat dilihat bahwa pertumbuhan penjualan tidak setara dengan pertumbuhan pada cabang-cabang lainnya, angka penjualan cenderung stagnan dan menurun. Berbagai jenis pemasaran sudah dilakukan oleh SHI-DA Indonesia. Dari berbagai macam jenis pemasaran yang telah dilakukan oleh SHI-DA Indonesia maka penulis tertarik untuk mengetahui pemasaran mana yang lebih efektif terhadap peningkatan penjualan, maka penulis melakukan analisis dengan judul “ANALISIS PENINGKATAN PENJUALAN SHI-DA MELALUI PEMASARAN DIGITAL”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari aplikasi pembayaran digital (*e-wallet*) terhadap kesadaran merek SHI-DA, dan apakah ada pengaruh pemasaran melalui pemanfaatan Promo *Offline (on-site)* , Gofood/Grabfood, dan Instagram berpengaruh terhadap peningkatan penjualan SHI-DA.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif penelitian tindakan. Untuk analisis menggunakan regresi linear berganda, dengan uji t dan uji F. Penelitian ini dilakukan di SHI-DA Cabang Semarang dengan menggunakan data penjualan periode Desember 2019 sampai Maret 2020.

Hasil dari penelitian ini adalah pemasaran melalui pembayaran digital (*e-wallet*) memiliki pengaruh terhadap kesadaran merek dan memiliki pengaruh yang signifikan pada peningkatan penjualan SHI-DA Cabang Semarang. Media pemasaran baik yang hanya melalui Promo *Offline (on-site)* , atau Gofood/Grabfood, atau melalui Instagram hasilnya tidak memiliki pengaruh terhadap peningkatan penjualan SHI-DA Cabang Semarang. Hasil berbeda didapat saat analisa dilakukan secara simultan antara media pemasaran melalui melalui Promo *Offline (on-site)*, Gofood/Grabfood, dan Instagram memiliki pengaruh terhadap peningkatan penjualan SHI-DA Cabang Semarang. Maka adanya media pemasaran melalui Promo *Offline (on-site)*, Gofood/Grabfood, dan Instagram harus dilakukan secara bersamaan agar dapat memberi pengaruh pada peningkatan penjualan SHI-DA Cabang Semarang.

Kata kunci : Bisnis Kuliner, Analisis Penjualan, Pemasaran Digital

ABSTRACT

The rising popularity of food business in Indonesia comes with fierce competition among companies. So, they need to maintain customer loyalty in order to keep buying their food products. SHI-DA Indonesia is a food business that sells Taiwanese snacks. The financial report provided by SHI-DA Semarang revealed that sales growth was not equivalent compared to other branches, with its figure showing a tendency of being stagnant and even declining. Various types of marketing have been done by SHI-DA Indonesia. Of the various types of marketing, the author was interested in knowing which marketing was more effective in increasing sales, so the author conducted an analysis entitled "AN ANALYSIS OF SHI-DA SALES INCREASE THROUGH DIGITAL MARKETING". The purpose of this research were .digital payment application (e-wallet) have an effect on the increase on SHI-DA brand awareness and does marketing media through digital payment application, marketing media through the use of Offline Promos (on-site), Gofood/Grabfood, and Instagram have an effect on the increase of SHI-DA sales.

The research method used quantitative method in the form of action research. The analysis was conducted using multiple linear regression, with t-test and F-test. This research was conducted at SHI-DA Semarang using sales data during December 2019 to March 2020.

The research results revealed that marketing through digital payment (e-wallet) had an effect on brand awareness and increasing the sales of SHI-DA Semarang and marketing media through Offline (on-site) including Gofood/Grabfood and Instagram promos individually had no effect on increasing the sales of SHI-DA Semarang. Different results were obtained when the analysis was carried out simultaneously between marketing media through Offline (on-site) Promos, Gofood / Grabfood, and Instagram which had effect on increasing the sales of SHI-DA Semarang. The existence of marketing media through Offline Promos (on-site), Gofood / Grabfood, and Instagram must be done simultaneously in order to have an effect on increasing sales of SHI-DA Semarang.

Keywords: Food Business, Sales Analysis, Digital Marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian	8
2.2 Aplikasi Pembayaran Elektronik	12
2.2.1 Aplikasi Ovo	13
2.2.2 Aplikasi Gopay (Gojek)	16
2.3 Media Pemasaran Digital	17
2.3.1 Media Pemasaran Instagram	18

2.4	Macam-macam Media Promosi Konvensional	20
2.5	Biaya Pemasaran	21
2.5.1	Penggolongan Biaya Pemasaran	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Metode Penelitian	25
3.2	Jenis Data dan Sumber Data	25
3.2.1	Jenis Data	25
3.2.2	Sumber Data	26
3.3	Metode Pengumpulan Data	26
3.4	Lokasi Penelitian	28
3.5	Populasi dan Sampel	29
3.6	Variabel Penelitian	31
3.7	Metode Analisis Data	31
3.7.1	Regresi Linear Berganda	34
3.7.2	Uji Hipotesis	35
3.7.2.1	Uji Signifikansi (uji-t)	35
3.7.2.2	Uji Signifikansi Simultan (uji-F)	36
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian terhadap Responden	39
4.1.1	Karakteristik Responden	39
4.1.2	Penggunaan Media Pembayaran Digital	41
4.2	Hasil Penelitian Media Pemasaran	44
4.2.1	Media Pemasaran Promo <i>Offline (On-site)</i>	44
4.2.2	Media Pemasaran Pembayaran Digital (Ovo, Gopay, dan lainnya)	46
4.2.3	Media Pemasaran Instagram	47
4.2.4	Media Pemasaran Gofood/Grabfood	52

4.2.5 Regresi Linear Berganda	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	
LAMPIRAN 1 KUESIONER	A



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Keuangan SHI-DA Cabang Semarang 2017	3
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4.2 Usia Responden	40
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	41
Tabel 4.4 Jenis Pembayaran Digital	41
Tabel 4.5 Alasan Penggunaan Pembayaran Digital	42
Tabel 4.6 Informasi Promo	43
Tabel 4.7 Jenis Promo	43
Tabel 4.8 Produk SHI-DA	44
Tabel 4.9 Penjualan SHI-DA Cabang Semarang untuk Promo <i>Offline (on-site)</i>	45
Tabel 4.10 Penjualan SHI-DA Cabang Semarang untuk Pembayaran Digital Maret 2020	47
Tabel 4.11 Biaya Iklan Instagram SHI-DA Cabang Semarang Maret 2020	51
Tabel 4.12 Penjualan SHI-DA Cabang Semarang Gofood/Grabfood Maret 2020	53
Tabel 4.13 Regresi Linear Berganda (uji-t)	54
Tabel 4.14 Regresi Linear Berganda (uji-F) untuk Variabel Promo <i>Offline</i> <i>(on-site)</i> , Pembayaran Digital, Instagram, dan Gofood/Grabfood.	56
Tabel 4.15 Regresi Linear Berganda (uji-F) untuk Variabel Promo <i>Offline</i> <i>(on-site)</i> , Instagram, dan Gofood/Grabfood.	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Flowchart Pembelian di Outlet SHI-DA Cabang Semarang	15
Gambar 4.1 Promo melalui Instagram SHI-DA Cabang Semarang	49
Gambar 4.2 Akun Instagram SHI-DA Cabang Semarang	50



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. KUESIONER	A
-----------------------------	---

