

Riwayat Bimbingan DELTA

NIM : 19.N4.0002
 Nama : EDWARD GALANG WIBOWO
 Judul Tugas Akhir : STUDI KASUS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK, TIKTOK DAN INSTAGRAM DALAM PENJUALAN ONLINE PRODUK BAHAN BANGUNAN
 Pembimbing : AGUS CAHYO NUGROHO S.Kom., M.T. & BERNARDINUS HARNADI S.T., M.T., Ph.D
 Status : Lulus (29 Jan 2024)

NoPerihal Bimbingan	Catatan Kesimpulan	Tanggal	Pembimbing
1 Konsultasi Laporan	Silahkan direvisi sesuai komentar di file Word.	Bimbingan : 20 Oct 2022 08:48 Cek : 20 Oct 2022 09:42	AGUS CAHYO NUGROHO
2 Konsultasi Laporan	Oke. Berikutnya bimbingan secara offline	Bimbingan : 28 Oct 2022 09:51 Cek : 09 Jan 2023 12:37	BERNARDINUS HARNADI
3 Konsultasi Laporan	Silahkan direvisi sesuai komentar di file Word.	Bimbingan : 13 Sep 2023 04:50 Cek : 14 Sep 2023 09:13	AGUS CAHYO NUGROHO
4 Konsultasi Laporan	Tambahkan gambar konten-konten yang diproduksi dan diujikan. Jangan hanya langsung ke hasil pengujiannya. Tampilkan juga statistik dari konten tersebut misal brp jumlah likes, views, komen dll.	Bimbingan : 10 Oct 2023 05:42 Cek : 11 Oct 2023 08:43	AGUS CAHYO NUGROHO
5 Konsultasi Laporan	Bisa direvisi sesuai komentar di file Word.	Bimbingan : 16 Oct 2023 11:39 Cek : 16 Oct 2023 12:59	AGUS CAHYO NUGROHO
6 Konsultasi Revisi Laporan	Beberapa masih ada typo kemudian semua keterangan gambar atau tabel harus dicetak tebal/bold. Bisa segera dikonsultasikan ke pembimbing 2 juga.	Bimbingan : 17 Oct 2023 10:09 Cek : 19 Oct 2023 09:35	AGUS CAHYO NUGROHO
7 Konsultasi Laporan	Silahkan direvisi sesuai komentar di file Word. Kemudian cek semua kata yg bergaris bawah merah.	Bimbingan : 30 Oct 2023 11:18 Cek : 31 Oct 2023 09:47	AGUS CAHYO NUGROHO

NoPerihal Bimbingan	Catatan Kesimpulan	Tanggal	Pembimbing
8 Konsultasi Laporan	Bab 4 silahkan dikonsultasikan ke pembimbing kedua terlebih dulu.	Bimbingan : 03 Nov 2023 11:20 Cek : 04 Nov 2023 11:44	AGUS CAHYO NUGROHO
9 Konsultasi Laporan	Lekapi dulu profil datanya. Bimbingan berikutnya diskusi ttg profil data yg diambil sekaligus data respondentnya.	Bimbingan : 30 Oct 2023 11:19 Cek : 23 Nov 2023 01:18	BERNARDINUS HARNADI
10 Bimbingan Profil Bisnis Bab 4	silahkan dilanjutkan	Bimbingan : 29 Nov 2023 12:10 Cek : 07 Dec 2023 09:13	BERNARDINUS HARNADI
11 Bimbingan Laporan	Perlu diperjelas data primer, sekunder, dan metode AIDA	Bimbingan : 08 Jan 2024 09:06 Cek : 17 Jan 2024 08:01	BERNARDINUS HARNADI
12 Bimbingan Metode Pengumpulan Data dan AIDA	Judul dirubah memasukkan studi kasus di CV Gracia	Bimbingan : 17 Jan 2024 08:03 Cek : 17 Jan 2024 01:03	BERNARDINUS HARNADI
13 Bimbingan Laporan	Rombak kembali kerangka berpikir, Rumusan masalah, pembahasan dan kesimpulan	Bimbingan : 22 Jan 2024 08:52 Cek : 22 Jan 2024 11:50	BERNARDINUS HARNADI
14 Bimbingan Revisi Laporan	Oke bisa masuk ke jurnal dan poster	Bimbingan : 23 Jan 2024 10:03 Cek : 25 Jan 2024 02:40	BERNARDINUS HARNADI
15 Bimbingan Laporan	Revisi sudah sesuai tetapi masih ada typo. Silahkan cek semua kata yg bergaris bawah merah di Google Docs.	Bimbingan : 25 Jan 2024 02:58 Cek : 25 Jan 2024 03:13	AGUS CAHYO NUGROHO
16 Bimbingan Revisi Bab 5	Ok silahkan seminar	Bimbingan : 25 Jan 2024 02:57 Cek : 25 Jan 2024 03:42	BERNARDINUS HARNADI
17 Revisi Tugas Akhir	Revisi sudah sesuai.	Bimbingan : 13 Feb 2024 10:20 Cek : 13 Feb 2024 10:20	AGUS CAHYO NUGROHO

Halaman ini dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.



https://sintak.unika.ac.id/skripsi/v2/print_bimbingan.php?id=15415

Dicetak pada 07 Aug 2024 09:34

**Studi Kasus Pemanfaatan Media Sosial Facebook, Tiktok dan Instagram Dalam
Penjualan Online Produk Bahan Bangunan**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Komputer Program
Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun oleh:

Edward Galang Wibowo

19.N4.0002

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Edward Galang Wibowo

NIM : 19.N4.0002

Progdi/Konsentrasi : Sistem Informasi / E-Commerce

Fakultas : Ilmu Komputer

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul “STUDI KASUS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK, TIKTOK DAN INSTAGRAM DALAM PENJUALAN ONLINE PRODUK BAHAN BANGUNAN” bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 20 Januari 2024

Yang menyatakan



Edward Galang Wibowo

HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : STUDI KASUS PEMANFAATAN MEDIA
SOSIAL FACEBOOK, TIKTOK DAN
INSTAGRAM DALAM PENJUALAN ONLINE
PRODUK BAHAN BANGUNAN

Diajukan oleh : EDWARD GALANG WIBOWO

NIM : 19.N4.0002

Tanggal disetujui : 29 Januari 2024

Telah setuju oleh

Pembimbing 1 : AGUS CAHYO NUGROHO S.Kom., M.T.

Pembimbing 2 : BERNARDINUS HARNADI S.T., M.T., Ph.D

Penguji 1 : FX. HENDRA PRASETYA S.T., M.T.

Penguji 2 : ANDRE KURNIAWAN PAMUDJI S.Kom., M.Ling.

Penguji 3 : AGUS CAHYO NUGROHO S.Kom., M.T.

Ketua Program Studi : AGUS CAHYO NUGROHO S.Kom., M.T.

Dekan : Prof. Dr. F. RIDWAN SANJAYA S.E., S.Kom.,
MS.IEC.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.
sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=19.N4.0002

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

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Edward Galang Wibowo
NIM : 19.N4.0002
Program Studi / Konsentrasi : Sistem Informasi / E-Commerce
Fakultas : Ilmu Komputer
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Non-eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“STUDI KASUS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK, TIKTOK
DAN INSTAGRAM DALAM PENJUALAN ONLINE PRODUK BAHAN
BANGUNAN”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data(database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 20 Januari 2024

Yang menyatakan,

A 1000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and '1000'. The signature is in black ink and appears to be 'Edward Galang Wibowo'.

Edward Galang Wibowo

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini berjudul “STUDI KASUS PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK, TIKTOK DAN INSTAGRAM DALAM PENJUALAN ONLINE PRODUK BAHAN BANGUNAN”.

Penulisan skripsi ini memiliki tujuan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan bagi mahasiswa program S1 program studi Sistem Informasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari berkat bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena berkat pertolongan dan kuasaNya selama menyelesaikan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan tanpa hambatan.
2. Bapak Agus Cahyo Nugroho S.Kom., M.T., selaku Kaprodi Sistem Informasi dan dosen pembimbing I skripsi yang telah membimbing dan memberikan kritik, serta saran dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Bernardinus Harnadi, ST., MT., Ph.D, selaku dosen pembimbing II skripsi yang telah memberikan masukan dan mendukung dalam penelitian skripsi ini.
4. Orang Tua yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanannya baik dari segi moril, materi sehingga dapat menyelesaikan laporan akhir ini.
5. Untuk Meutia Shafa Prastania penulis terima kasih selalu mendukung untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk sahabat-sahabat penulis terima kasih atas dukungan dan doanya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan laporan akhir ini.

Semarang, 2 Februari 2024



Edward Galang Wibowo

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini memang memberikan pengaruh yang besar terhadap suatu perekonomian. Saat ini hampir semua orang menggunakan sebuah teknologi. Teknologi saat ini mengubah segalanya dan teknologi memberikan pengaruh yang sangat besar dalam berbagai hal, namun saat ini yang akan dibahas dalam penelitian merupakan teknologi media sosial yang membawa dampak dalam penjualan online.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pentingnya efektivitas media sosial bagi seseorang yang memiliki bisnis penjualan di era digital ini. Sehingga, dari penelitian ini dapat menjawab berbagai pernyataan tentang pengaruh media sosial dalam penjualan online dan juga dapat mengetahui seberapa besar efektivitas penjualan online ini apakah memberi lebih banyak keuntungan atau malah memberi dampak buruk dalam melakukan suatu penjualan.

Dengan adanya permasalahan diatas, maka penelitian ini akan menggunakan metode penelitian pengumpulan sampel dari populasi pemilik usaha toko bangunan di Kota Semarang dan Kabupaten Semarang. Pengambilan suatu sampel penelitian ini menggunakan metode *stratified random sampling*, yaitu dengan cara mengambil sampel dari setiap strata usaha dan memilih pemilik usaha secara random tetapi dengan proporsi yang sama.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan online dalam media sosial berdampak pada tingkat penjualan usaha toko bangunan dan media sosial dikatakan efektif untuk digunakan sebagai tempat promosi usaha toko bangunan, serta dengan adanya pemilihan media sosial yang tepat akan sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan online toko bangunan.

Kata kunci: teknologi, media sosial, sampel probabilitas, *stratified random sampling*.

ABSTRACT

The development of technology today has a great influence on an economy. Nowadays almost everyone uses a technology. Today's technology changes everything and technology has a very big influence in various ways, but now what will be discussed in this research is social media technology that has an impact on online sales.

This research aims to find out how important the effectiveness of social media is for someone who has a sales business in this digital era. So, from this research we can answer various statements about the influence of social media in online sales and can also find out how effective online sales are, whether they provide more profits or even have a bad impact on making a sale.

Given the problems above, this research will use a research method of collecting samples from the population of building shop business owners in Semarang City and Semarang Regency. This research sample was taken using the stratified random sampling method, namely by taking samples from each business strata and selecting business owners randomly but in the same proportion.

The results of this research show that online sales on social media have an impact on the sales level of building shop businesses and social media is said to be effective for use as a place to promote building shop businesses, and choosing the right social media will greatly influence the level of online sales of building shops.

Keywords: technology, social media, probability sampling, stratified random sampling,

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
BAB II	4
TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Teknologi	4
2.2 Internet	4
2.3 Media Online	4
2.4 Media Sosial	4
2.5 E-Commerce	5
2.6 Marketplace	5
2.7 Pemasaran	6
2.8 Profil Perusahaan CV Gracia Makmur Sejahtera	6
2.9 Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	7
2.9.1 Perhatian (<i>Attention</i>)	7
2.9.2 Ketertarikan (<i>Interest</i>)	7
2.9.3 Keinginan (<i>Desire</i>)	7
2.9.4 Tindakan (<i>Action</i>)	8

2.10 Engagement Rate	8
BAB III	9
METODE PENELITIAN	9
3.1 Metode Penelitian.....	9
3.2 Populasi dan Sampel	9
3.2.1 Populasi	9
3.2.2 Sampel	10
3.3 Object dan Lokasi Penelitian.....	11
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	11
3.4.1 Data Primer	11
3.4.2 Data Sekunder	11
3.5 Teknik Pengumpulan Data	11
3.6 Kerangka Penelitian.....	12
3.7 Metode Analisis Data.....	13
3.7.1 Uji Validitas	13
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	14
3.7.3 Uji Normalitas	14
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	14
BAB IV	16
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	16
4.1 Permasalahan Bisnis.....	16
4.2 Profil Data Bisnis Bahan Bangunan	16
4.3 Hasil Penelitian.....	18
4.3.1 Analisa Dampak Penjualan Online (via Media Sosial) untuk Usaha Toko Bangunan. 18	
Deskripsi Responden.....	18
Deskripsi Hasil Penelitian	20
Analisis Data	24
Pembahasan Hipotesa.....	31
4.3.2. Analisa Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial untuk Usaha Toko Bangunan	35
4.3.2.1 Facebook.....	35
4.3.2.2 Instagram	36
4.3.2.3 Tik-tok	36
4.3.2.4 Hasil <i>Engagement Rate</i> Media Sosial	37
4.3.2.5 Laporan Diagram Followers	39
4.3.2.6 Strategi Memaksimalkan Efektivitas Penggunaan Media Sosial	39

4.3.2.7 Laporan Rekapitulasi Engagement Rate dan Profitabilitas serta Efektivitas Media Sosial Facebook, Instagram dan Tiktok	41
4.4 Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial	43
BAB V	44
PENUTUP	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Penelitian (Dampak Penjualan Online)	12
Gambar 2 Kerangka Penelitian (Efektivitas Pemanfaatan Media Sosial).....	13
Gambar 3 Iklan Pada Media Sosial Facebook.....	35
Gambar 4 Iklan pada Media Sosial Instagram	36
Gambar 5 Iklan pada Media Sosial Tiktok.....	37
Gambar 6 Diagram Facebook Engagement Rate.....	37
Gambar 7 Diagram Instagram Engagement Rate	38
Gambar 8 Diagram Tik-tok Engagement Rate.....	38
Gambar 9 Diagram Followers FB,IG dan TT	39
Gambar 10 Pemasangan produk penjualan pada facebook marketplace	40
Gambar 11 Pemasangan produk penjualan pada Instagram.....	40
Gambar 12 Penggunaan media sosial tiktok	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Notasi, Nilai, atau Predikat Pada Skala Likert.....	12
Tabel 2 Data Profil Bisnis	16
Tabel 3 Deskripsi Jenis Kelamin	18
Tabel 4 Deskripsi Usia Responden.....	19
Tabel 5 Media Sosial Aktif	19
Tabel 6 Pernyataan Responden Mengenai Attention.....	20
Tabel 7 Pernyataan Responden Mengenai Interest.....	21
Tabel 8 Pernyataan Responden Mengenai Desire	22
Tabel 9 Pernyataan Responden Mengenai Action.....	23
Tabel 10 Pernyataan Responden Mengenai Dampak Penjualan Online.....	23
Tabel 11 Uji validitas	24
Tabel 12 Uji reliabilitas.....	27
Tabel 13 Uji normalitas.....	27
Tabel 14 Uji multikolinearitas.....	28
Tabel 15 Hasil uji heteroskedastisitas.....	28
Tabel 16 Hasil uji analisis regresi berganda.....	29
Tabel 17 Hasil analisis determinasi	30
Tabel 18 Hasil Uji – F.....	30
Tabel 19 Hasil Uji – t.....	31
Tabel 20 Laporan Tabulasi Media Sosial Facebook.....	41
Tabel 21 Laporan Tabulasi Media Sosial Instagram	42
Tabel 22 Laporan Tabulasi Media Sosial Tiktok	42