

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE
TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN PADA TOKO RUMAH BATIK
PEKALONGAN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:
Bagus Puncak Pamungkas
B100170030

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca dan mencermati Skripsi dengan Judul:

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE
TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN PADA TOKO RUMAH BATIK
PEKALONGAN**

Yang ditulis dan disusun oleh:

Bagus Puncak Pamungkas

B100170030

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 25 Juli 2022

Dosen Pembimbing



Lukman Hakim, S.E., M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Agus Setyawan, S.E., M.Si.

NIK/NIDN: 829/0616087401

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN MARKETPLACE
TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN PADA TOKO RUMAH BATIK
PEKALONGAN**

Oleh:

Bagus Puncak Pamungkas

B100170030

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 25 Juli 2022
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Lukman Hakim, S.E., M.Si
(Ketua Dewan Penguji)
2. Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Sidiq Permono Nugroho, S.E., M.M
(Anggota II Dewan Penguji)



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Prof. Dr. Agus Setyawan, S.E., M.Si.
NIK/NIDN: 829/0616087401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **Bagus Puncak Pamungkas**
NIM : **B100170030**
Jurusan : **Manajemen**
Judul Skripsi : **Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Marketplace Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Toko Rumah Batik Pekalongan**

menyatakan bahwa dalam skripsi yang saya buat dan saya serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri dan publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan sebelumnya untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi. Seluruh sumber yang menjadi pendukung dalam karya saya ini telah dicantumkan sumbernya pada daftar pustaka. Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 25 Juli 2022

Penulis,

Bagus Puncak Pamungkas

MOTTO

Yakinlah ada sesuatu yang menantimu selepas banyak kesabaran (yang kau jalani) yang akan membuatmu terpana hingga lupa pedihnya rasa sakit

(Imam Ali Bin Abi Thalib AS)

Successful people don't fear failure but understand that it's necessary to learn and grow from.

(Robert Kiyosaki)

Orang yang hebat tidak dihasilkan melalui kemudahan, kesenangan, dan kenyamanan. Mereka dibentuk melalui kesukaran, tantangan, dan air mata.

(Dahlan Iskan)

Jangan putus asa harus berusaha slalu ingat pada yang
kuasa

(Bagus Puncak Pamungkas)

PERSEMBAHAN

Dengan rahmat, hidayah serta anugrah Allah SWT serta rasa syukur yang tiada henti atas karunia-Nya, peneliti persembahkan karya ini untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, nikmat, kemudahan, serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberi suri tauladan kepada seluruh umat-Nya.
3. Bapak ibu saya tercinta dan keluarga besar terima kasih atas motivasi, dukungannya secara moril maupun materil, cinta dan kasih sayang, perhatian, dan ketulusan doa yang dipanjatkan.
4. Dosen pembimbing saya bapak Lukman Hakim, S.E., M.Si. yang senantiasa sabar dalam memberi bimbingan, motivasi, dan ilmu kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas waktu dan pikiran yang telah diluangkan untuk saya.
5. Sahabat serta teman-teman angkatan 2017 Manajemen FEB UMS.
6. Almamater Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran media sosial dan *marketplace* terhadap minat beli pada Toko Rumah Batik Pekalongan. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah reseller, dropshipper, konsumen retail dan jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 orang. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan SPSS 21. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat beli, *marketplace* berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : *Pemasaran Media sosial, Marketplace dan minat beli*

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of social media marketing and *marketplace* on buying interest at the Pekalongan Batik House Shop. The population and samples in this study were resellers, dropshippers, retail consumers and the number of respondents as samples in this study were 96 people. Sources of data used in this study is primary data. Methods of data collection by using a questionnaire. Data analysis using SPSS 21. The results of the analysis in this study show that social media marketing has a significant effect on buying interest, *marketplace* has a significant effect on buying interest

Keywords: *social media marketing, marketplace and buying interest*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya senantiasa penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOCIAL DAN *MARKETPLACE* TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN PADA TOKO RUMAH BATIK PEKALONGAN”. Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program Pendidikan strata 1 (S1) Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari beberapa pihak yang senantiasa mendukung, membantu dan menyemangati untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Rini Kuswati, S.E., M.Si selaku ketua program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Lukman Hakim, S.E., M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan bimbingan, masukan, serta arahan dari awal penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu dan manfaat kepada saya
6. Kedua orang tua serta keluarga yang saya sayangi dan hormati yang telah memberikan dukungan baik secara moril dan material.

7. Semua sahabat dan teman seperjuang yang memberikan segala bentuk dukungannya
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu

Penulis tidak bisa membalas satu persatu kebaikan bapak, ibu, dan saudara yang membantu, semoga diberikan pahala dan rahmat dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran dari bapak, ibu, dan saudara sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap bahwa skripsi ini nantinya bisa bermanfaat bagi penulis sendiri dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN USTAKA.....	7
A. Tinjauan Teori.....	7
1. Pemasaran Media Sosial.....	7
2. Instagram.....	8
3. Marketplace.....	8
4. Shoppe.....	9
5. Minat Beli.....	9
B. Penelitian Terdahulu.....	10
C. Hipotesis.....	12
D. Kerangka Pemikiran.....	13

BAB III METODE PENELITIAN.....	15
A. Jenis Penelitian	15
B. Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel	15
C. Data dan Sumber Data	16
D. Metode Pengumpulan Data.....	17
E. Desain Pegambilan Sampel.....	17
F. Metode Analisis Data	18
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Umum Penelitian	24
B. Deskripsi Responden	24
C. Uji Instrumen Data	27
D. Uji Asumsi Klasik.....	28
E. Uji Hipotesis	31
F. Pembahasan	34
BAB V PENUTUP.....	36
A. Kesimpulan.....	36
B. Keterbatasan Penelitian.....	36
C. Saran.....	36
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 model penelitian	14
------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	24
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	25
Tabel 4. 3 Karakteristik Reponden Berdasarkan pembelian.....	25
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi	26
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penilaian	26
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	27
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	28
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	29
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	29
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskadasitas	30
Tabel 4. 11 Ringkasan Model R2.....	31
Tabel 4. 12 Hasil Perhitungan Uji F.....	31
Tabel 4. 13 Rangkuman Hasil Uji t.....	32
Tabel 4. 14 Koefisien	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	41
Lampiran 2. Identitas Responden	45
Lampiran 3. Hasil Jawaban Responden	48
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	50
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Lampiran 6. Uji Normalitas.....	55
Lampiran 7. Uji Multikolinieritas	56
Lampiran 8. Uji Heterostedastisitas	57
Lampiran 9. Uji Koefisien Determinasi	58
Lampiran 10. Uji F.....	59
Lampiran 11. Uji T.....	60