

**ANALISIS WEB E-COMMERCE DAN INSTAGRAM ADSVERTISING
UNTUK MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS PENJUALAN LKP
SMART PLUS AMBARAWA PRINGSEWU**

**Oleh
Agung Setiawan**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar
SARJANA EKONOMI
Pada
Jurusan Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PRINGSEWU LAMPUNG
TAHUN 2020-2021**

ABSTRAK

AGUNG SETIAWAN, Analisis Web E-Commerce Dan Instagram Adsvetising Untuk Meningkatkan Produktivitas Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu (Di bawah bimbingan Bapak Drs. H. M. Ali Khan, M.M., Sebagai Pembimbing I dan Ibu DHEL Juni Phasa, M.M., Sebagai Pembimbing II). xiii + 70 halaman + 14 tabel + 1 Gambar dan lampiran.

Di dalam dunia usaha, terdapat beberapa strategi yang digunakan oleh penjual untuk meningkatkan volume penjualan maupun kesetiaan pelanggan. Diantara sekian banyak strategi diantaranya, menggunakan Web E-Commerce dan Instagrams Adsvetising merupakan salah satu strategi penjualan yang banyak diminati oleh para perusahaan atau UMKM.

Masalah penelitian ini adalah perusahaan tidak dapat memenuhi outputnya dikarenakan penjualannya selama ini kurang maksimal itu semua disebabkan beberapa faktor yaitu Web E-Commerce dan Instagram Adsvetising. Rumusan masalah penelitian ini adalah Apakah ada pengaruh Web E-Commerce dan Instagram Adsvetising secara parsial dan simultan terhadap produktivitas di Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Web E-Commerce dan Instagram Adsvetising secara parsial dan simultan terhadap produktivitas penjualan di Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah observasi dan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu yang berjumlah 15 orang dan seluruhnya dijadikan sampel. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis regresi linear berganda, dengan pengujian hipotesis menggunakan uji-t dan uji-F.

Berdasarkan analisis data didapat hasil bahwa ada pengaruh Web E-Commerce terhadap Produktivitas Penjualan karyawan LKP Smart Plus Ambarawa Pringsewu, ada pengaruh Instagram Adsvetising terhadap Produktivitas Penjualan LKP Smart Plus Ambarawa Pringsewu, dan ada pengaruh Web E-Commerce dan Instagram Adsvetising secara bersama-sama terhadap Produktivitas Penjualan LKP Smart Plus Ambarawa Pringsewu. Variabel Web E-Commerce dan Instagram Adsvetising memberikan kontribusi sebesar 79,6% terhadap Produktivitas Penjualan dan sisanya sebesar 20,4%% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Nilai koefisien berada pada kategori baik, karena berada pada interval 0,600-0,800.

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISA WEB E-COMMERCE DAN
INSTAGRAM ADSVERTISING UNTUK
MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS
PENJUALAN LKP SMART PLUS AMBARAWA
PRINGSEWU

Nama Mahasiswa : Agung Setiawan

No. Pokok Mahasiswa : 17010016

Jurusan : Ekonomi Manajemen

Program Studi

Manajemen

Fakultas

Manajemen Pemasaran



Pembimbing I,

Drs. H. M. Ali Khan, M.M.
NUPN. 9902004812

Pembimbing II,

Dhel Juni Pasya, S.E., M.M.
NUPN. 9902004812

2. Ketua Program Studi Manajemen

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Dewi Mariam Widiniarsih'.

Dewi Mariam Widiniarsih, S.E., M.M
NIDN. 0219088804

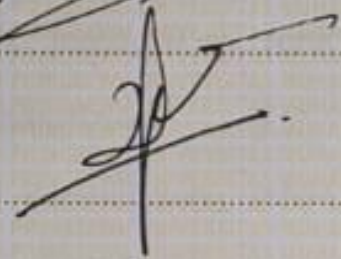
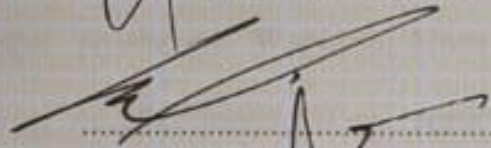
LEMBAR PENGESAHAN

1. Tim Penguji

Penguji Utama : Sapto Yuwono, S.Pd., M.M.

Penguji I : Drs. H. M. Ali Khan, M.M.

Penguji II : Dhel Juni Pasya, S.E., M.M.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMPRI



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : Senin, 14 juni 2021

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta Ibunda Murniatun dan Ayahanda Wagimin Noto Prayitno yang selalu mendo'akan serta mendukung untuk keberhasilanku.
2. Kakakku dan adekku tercinta yang selalu mendo'akan serta mendukung untuk keberhasilanku.
3. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
4. Teman-teman Manajemen 17a yang sangat saya banggakan dan saya sayangi.
5. Tegar Pancing, Yusup Boncos, Retno Jangkrik, dan Alvina nduts dan squad kosan suhar yang telah memberikan dukungan dan semangat selama pembuatan skripsi.

MOTTO

“Orang-orang yang suka berkata jujur mendapatkan tiga hal, kepercayaan, cinta, dan rasa hormat”.

(Ali bin Abi Thalib)

RIWAYAT HIDUP

Penulis lahir di Desa Bumiharjo Kecamatan Buay Bahuga Kabupaten Way Kanan pada tanggal 25 April 1998 penulis merupakan anak ke 2 (Dua) dari 3 bersaudara pasangan Ibu Murniatun dan Bapak Wagimin.

A. Riwayat Pendidikan

Pendidikan yang pernah penulis tempuh adalah:

1. SD Negeri 02 Bumi Harjo tamat Tahun 2011,
2. SMP 01 Buay Bahuga tamat Tahun 2014,
3. SMA 01 Buay Bahuga tamat Tahun 2017,
4. Kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung, Jurusan Manajemen tahun 2017.

KATA PENGANTAR

Penulis memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Web E-Commerce Dan Instagram Adsertising Untuk Meningkatkan Produktivitas Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu”. Penulis tertarik meneliti etos kerja pegawai berdasarkan hasil prapenelitian yang didapatkan bahwa perusahaan tidak dapat memenuhi outputnya dikarenakan penjualannya selama ini kurang maksimal itu semua disebabkan beberapa faktor yaitu Web E-Commerce dan Instagram Adsertising.

Penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak menerima masukan dan saran yang berguna, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Wanawir, AM., M.M., M.Pd., Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
2. Spto Yuwono, S.Pd., M.M., selaku Dekan FEB Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung.
3. Dewi Mariam Widiniarsih, S.E. M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen FEB Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung,
4. Drs. H. M. Ali Khan, M.M., selaku Pembimbing I yang telah memberikan petunjuk dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dhel Juni Pasya, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap staf karyawan FEB Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Pimpinan Lkp Smart Plus Ambarawa Pringsewu yang telah memberikan tempat dan waktu kepada penulis untuk melakukan penelitian.
8. Rekan-rekan Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Pringsewu Lampung yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun bentuknya. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan guna perbaikan penulisan di masa datang.

Semoga semua amal baik Bapak, Ibu dan Saudara dibalas Allah SWT dengan pahala yang setimpal. Penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Pringsewu, Mei 2021
Penyusun,

Agung Setiawan
NPM. 17010016

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PESEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Ruang Lingkup Penelitian.....	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	
A. Produktivitas Penjualan	7
1. Pengertian Produktivitas Penjualan	7
2. Konsep Penjualan.....	8
3. Volume Penjualan.....	9
4. Promosi	9
5. Strategi Promosi	11
6. Tujuan Promosi.....	11
7. Bentuk-bentuk Promosi	13
8. Biaya Promosi.....	15
9. Indikator Produktivitas Penjualan.....	16
B. Instagram Advertising	18
1. Pengetrtisn Instagram Advertising	18
2. Istilah-istilah Instagram Advertising	19
3. Membuat Targeting Iklan	21
4. Cara Membuat Custom Audience Dan Lookalike Audience.....	22
5. Membuat Creative Iklan	23
6. Cara Membuat Copywriting Iklan	24
7. <i>Campaign Budget Optimization</i>	25
8. Indikator Instagram Advertising	25
C. Web E-Commerce.....	26
1. Pengertian Web E-Commerce.....	26
2. Jenis-jenis E-Commerce	27
3. Komponen E-Commerce	30
4. Mekanisme Perdagangan di Sistem E-Commerce.....	30

5. Metode Pembayaran E-Commerce	31
6. Sistem Pendukung Penerapan E-Commerce.....	32
7. Indikator Web E-Commerce	33
D. Kerangka Pikir	34
E. Hipotesis	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian	37
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
C. Metode Pengumpulan Data.....	39
D. Instrumen Penelitian	40
E. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	45
F. Metode Analisis Data.....	46
G. Analisis Hipotesis	49
H. Koefisien Determinasi	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Situasi dan Kondisi Tempat Penelitian	53
B. Pengumpulan Data dan Penyajian Data	57
C. Analisis Data	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	72
B. Saran-Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Definisi Operasional.....	38
3.2 Kisi-kisi Instrumen	41
3.3 Interval Korelasi	53
4.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Web E-Commerce	57
4.2 Hasil Uji validitas Kuesioner Instagram Adsertising.....	58
4.3 Hasil Uji Validitas Kuesioner Produktivitas Penjualan	59
4.4 Hasil Nilai Reliabilitas Kuesioner Pada 10 Responden <i>Tryout</i>	59
4.5 Tanggapan mengenai Web E-Commerce.....	61
4.6 Tanggapan mengenai Instagram Adsertising	62
4.7 Tanggapan Mengenai Produktivitas Penjualan.....	63
4.8 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
4.9 Hasil Uji t.....	66
4.10 Hasil Uji F.....	67
4.11 Koefisien Determinasi.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pikir Penelitian	35
4.1 Struktur Organisasi	56