

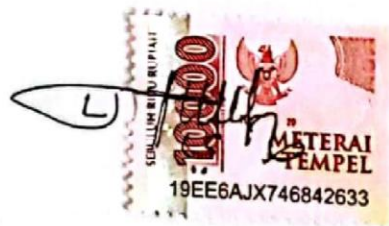
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan di bidang karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiarism atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima atau sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 18 April 2022



Lia Nuralifah

NIM. 181410085

ABSTRAK

Nama: Lia Nuralifah, NIM: 181410085, Judul Skripsi: *Pengaruh Digital Marketing dan Strategy Promotion Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Himpunan Pengusaha Pribumi Indonesia (HIPPI) Provinsi Banten.*

Penelitian ini dilakukan di HIPPI Provinsi Banten untuk mengetahui apakah variabel *digital marketing* dan *strategy promotion* berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan UMKM pada HIPPI Provinsi Banten. Variabel yang diteliti yaitu *digital marketing* (X_1), *strategy promotion* (X_2) dan volume penjualan.

Adapun perumusan masalah pada penelitian ini yaitu 1). Bagaimana pengaruh *digital marketing* (X_1) secara parsial terhadap peningkatan volume penjualan (Y) UMKM pada HIPPI Provinsi Banten? 2). Bagaimana pengaruh *strategy promotion* (X_2) secara parsial terhadap peningkatan volume penjualan (Y) UMKM pada HIPPI Provinsi Banten? 3). Bagaimana pengaruh *digital marketing* (X_1) dan *strategy promotion* (X_2) secara simultan terhadap peningkatan volume penjualan (Y) UMKM pada HIPPI Provinsi Banten? Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital marketing* (X_1) dan *strategy promotion* (X_2) secara parsial dan simultan terhadap peningkatan volume penjualan UMKM pada HIPPI Provinsi Banten.

Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda dengan rangkaian yakni: Metode uji instrumen, yang terdiri dari uji validitas dan uji reabilitas. Metode uji asumsi klasik, yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi. Serta uji statistik analisis regresi berganda, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji t dan uji f. keseluruhan uji tersebut menggunakan SPSS 22.0 sebagai alat pengolah data.

Kesimpulannya pada pengujian hipotesis Uji t, *digital marketing* (X_1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan (Y). *strategy promotion* (X_2) juga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan (Y) dan Uji f diketahui *digital marketing* (X_1) dan *strategy promotion* (X_2) secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap variabel dependent yaitu peningkatan volume penjualan (Y) pada UMKM HIPPI Provinsi Banten.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Strategy Promotion, Volume Penjualan, UMKM dan HIPPI.*

ABSTRACT

Name: Lia Nuralifah, NIM: 181410085, Thesis Title: The Influence of Digital Marketing and Strategy Promotion on Increasing Sales Volume of Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) at the Himpunan Pengusaha Pribumi Indonesia (HIPPI) Banten Province.

This research was conducted at HIPPI Banten Province to find out whether digital marketing and strategy promotion variables have a positive effect on increasing the sales volume of UMKM in HIPPI Banten Province. The variables studied are digital marketing (X_1), strategy promotion (X_2) and sales volume.

The formulation of the problem in this study is 1). How does the partial influence of digital marketing (X_1) on the increase in sales volume (Y) of UMKM in HIPPI Banten Province? 2). How does strategy promotion (X_2) partially affect the increase in sales volume (Y) of UMKM in HIPPI Banten Province? 3). How does the effect of digital marketing (X_1) and strategy promotion (X_2) simultaneously on the increase in sales volume (Y) of UMKM in HIPPI Banten Province? The purpose of this study is to find out and analyze the influence of digital marketing (X_1) and strategy promotion (X_2) partially and simultaneously on increasing the sales volume of UMKM in HIPPI Banten Province.

This research uses a double linear analysis method with a series of: Instrument test methods, consisting of validity tests and rehabilitation tests. The classical assumption test method, which consists of a normality test, a multicollinearity test, a heterochemicity test, and an autocorrelation test. As well as multiple regression analysis statistical tests, correlation coeefesien tests, determination coeefesien tests, t tests and f tests. The entire test uses SPSS 22.0 as a data processing tool.

In conclusion, in testing the Test t hypothesis, digital marketing (X_1) has a partial and significant effect on increasing sales volume (Y). Strategy promotion (X_2) also has a partial and significant effect on increasing sales volume (Y) and Test f is known to be digital marketing (X_1) and strategy promotion (X_2) simultaneously and significantly affects dependent variables, namely increased sales volume (Y) in HIPPI Banten Province.

Keywords: Digital Marketing, Strategy Promotion, Sales Volume, UMKM and HIPPI.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jendral Sudirman No. 30 Serang 42118 telp.0254 – 2000323 Fax. 0254 – 200022

Nomor : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) eksemplar
Halaman : Usulan Munaqasyah
a.n. Lia Nuralifah
NIM. 181410085

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam
UIN SMH Banten
di -
Serang

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Dipermaklumkan dengan hormat bahwa telah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudari Lia Nuralifah, NIM. 181410085 dengan judul Skripsi "*Pengaruh Digital Marketing Dan Strategy Promotion Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Himpunan Pengusaha Pribumi Indonesia (HIPPI) Provinsi Banten*", diajukan sebagai salah satu syarat untuk melengkapi Ujian Munaqasyah pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Maka kami ajukan skripsi ini dengan harapan dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian atas perhatian ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Pembimbing I

Dr. Suryani, M.Si
NIP. 197912222008012012

Serang, 18 April 2022

Pembimbing II

Fitri Rava, M.Ek.
NIP. 198808102019032010

PERSETUJUAN

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *STRATEGY PROMOTION* TERHADAP
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN DI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH
(UMKM) PADA HIMPUNAN PENGUSAHA PRIBUMI INDONESIA (HIPPI) PROVINSI
BANTEN**

Oleh:

Lia Nuralifah
181410085


Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Suryani, M.Si
NIP. 197912222008012012

Pembimbing II



Fitri Rava, M.Ek
NIP. 198808102019032010

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M. Si
NIP. 196402121991032003

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Hj. Mukhlisatul Jannah, M. M. M. Ak
NIP. 197408222005012003

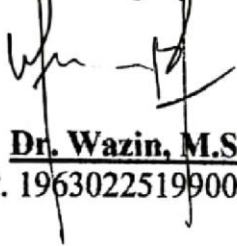
PENGESAHAN

Skripsi a.n Lia Nuralifah NIM: 181410085 yang berjudul: *“Pengaruh Digital Marketing Dan Strategy Promotion Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Himpunan Pengusaha Pribumi Indonesia (HIPPI) Provinsi Banten”*, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tanggal 19 April 2022, skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 19 April 2022

Sidang Munaqasyah

Ketua Merangkap Anggota



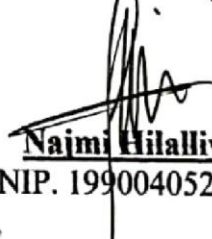
Dr. Wazin, M.Si

NIP. 196302251990031005

Anggota,

Penguji I

Sekretaris Merangkap Anggota



Najmi Hilallivati, M.Pd

NIP. 1990040520201222009

Penguji II

Aan Ansori, M.Kom, M.M

NIP. 19731015 200701 1 027

Pembimbing I



Dr. Suryani, M.Si

NIP. 19791222 200801 2 012

Hayid Risyanto, M.Sc

NIP. 19851025 201503 1 005

Pembimbing II



Fitri Raya, M.Ek

NIP. 19880810 201903 2 010

PERSEMBAHAN

Teristimewa untuk Abah dan Umi tercinta,
sepasang manusia yang bernama
“Nurrohman dan Putihat”
Kedua adik tercinta
“Muhamad Alfarizi dan Khaerul Azzam”
Beserta keluarga besar
Almh. Hj Humayah (Umi Ayang) dan H. Hanafi
Serta Alm. Mbah Rahmadi dan Almh. Mbah Aminah.

Takan terlupa Ibu Hartati dan keluarga
Ucapan terima kasih tak henti-henti atas segala dukungan
moril dan materil yang diberikan
sehingga saya bisa menyelesaikan
pendidikan Sarjana Ekonomi.

dan teruntuk saya,
terima kasih telah berjuang sejauh ini
“I’m Proud Of Me”

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

*Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum
sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri*

(Q.S Ar-Rad : 11)

RIWAYAT HIDUP

Panggil saja Lia! Putri pertama dari tiga bersaudara ini terlahir di Tangerang pada 04 Januari 2001. Lahir dari sepasang manusia hebat bernama Nurrohman dan Putihat.

Pendidikan yang ditempuh mulai dari TK BKB Seroja Cimone Mas Permai – Kota Tangerang lulus tahun 2007, MI Darurrohman Kronjo Kab. Tangerang lulus tahun 2012, Mts Nurunnisa Kronjo Kab. Tangerang – Banten lulus tahun 2015, MA Darul Hikmah Syech Ciliwulung Cakung Kab. Serang, lulus tahun 2018, Kemudian melanjutkan studi di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

Selama menjadi mahasiswa di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, penulis mengikuti organisasi internal kampus yaitu UKM UPTQ sebagai Sekertaris Litbang 2021, , DEMA FEBI sebagai Sekertaris Umum 2021, UKK HMBM sebagai KABID Pemberdayaan Perempuan 2020, dan HMJ Ekonomi Syariah sebagai KABID Pemberdayaan Perempuan 2020, BSO KSEI KES dan KSPM sebagai anggota. Selain itu penulis juga menjadi Duta Jurusan Ekonomi Syariah pada Tahun 2019.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Ungkapan Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas karunia dan rahmatnya bagi kita kaum muslim masih diberikan nikmat sehat wal'afiat. Shalawat serta salam tercurah kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang merupakan Suru Tauladan bagi umat Islam hingga akhir zaman.

Alhamdulillah dengan kemudahan yang diberikan Allah SWT dan dengan usaha yang sungguh-sungguh akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Digital Marketing dan Strategy Promotion Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada Himpunan Pengusaha Pribumi Indonesia (HIPPI) Provinsi Banten”***.

Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wawan Wahyudin, M.Pd., Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan support selama penulis menjadi mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin.
3. Ibu Hj. Mukhlisotul Jannah, M.M, M.Ak., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah menjadi Ketua Jurusan terbaik di Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
4. Ibu Dr. Suryani, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Fitri Raya, M.Ek., selaku Dosen Pembimbing II yang telah

memberikan bimbingan, arahan dan saran-saran dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak H. Syaiful Bahri, selaku Ketua Umum HIPPI, Bapak Tb. Rudi Ardiansyah selaku Sekertaris Umum HIPPI, Bapak Cahyo Hendro Atmoko, selaku Bendahara Umum HIPPI, dan Ibu Laura, selaku Ketua Bagian UMKM HIPPI yang telah membantu memberikan informasi dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen, Staf dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada Ilham Fuadi, yang sejak awal penulis menyusun skripsi ini selalu memberikan support dan direpotkan untuk menemani penulis mendatangi obyek penelitian.
8. Kepada Teman-Teman Ekonomi Syariah 2018, khususnya Laila Wardini, Riska Amalia, Firda Maulida, Nursyifa Dwi

Utami dan Multajah yang telah menemani perjuangan selama 8 (delapan) semester ini.

9. Kepada Geng Jompo, Sri Fachmi Haqiqi, Ipah Ismayati, Jubaedah, Nabila Hannan Al-Haq, Nina Agustina, Andeni Lestari AR dan Aam Amdiyah yang telah mewarnai dunia perkuliahan penulis.
10. Kepada Abah dan Umi Pondok Pesantren Almustajib Madarijul Ulum beserta Santriawan dan Santriawati, Khususnya Till Jannah Qibti, Kartini, Utet, Srintil dan Risfaw yang telah memberikan kesempatan untuk merasakan belajar bersama.
11. Kepada seluruh anggota UKM UPTQ, mulai dari kepengurusan Tum Humaedi, Tum Daus, Tum Umar dan khususnya periode kepengurusan Tum Khusnan, Kang Rudiati dan Teh Cipa yang telah memberikan pembelajaran kepada penulis semasa menjadi bagian dari UKM UPTQ.
12. Kepada seluruh anggota UKK HMBM, mulai dari kepengurusan Kang Asep, Kang Lutfi, Mas Ifan, Tum Omen

hingga Tum Usep yang telah memberikan pembelajaran kepada penulis semasa menjadi bagian dari UKK HMBM.

13. Kepada seluruh pengurus DEMA FEBI 2021, khususnya BPH Umum yakni, Azi, Nkus, Fakhri, Anna, Aini dan Yuyun yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk berlajar bersama DEMA FEBI 2021.
14. Kepada rekan-rekan penulis yang tidak bisa disebutkan tetapi selalu mendoakan kebaikan selama penyusunan skripsi ini.

Mengingat penulis masih dalam tahap belajar maka untuk itu penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga penulis sangat membutuhkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Serang, 12 April 2022
Penulis,

Lia Nuralifah
NIM. 181410085

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	13
C. Batasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
D. Perumusan Masalah....	Error! Bookmark not defined.
E. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
F. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
G. Sitematika Penulisan...	Error! Bookmark not defined.
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	24
A. Landasan Teori	24
1. Digital Marketing	24
2. Strategy Promotion	34
3. Volume Penjualan.....	40
4. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	44
B. Penelitian Terdahulu.....	46
C. Hubungan Antar Variabel.....	55
D. Hipotesis	58
E. Kerangka Pemikiran	62

BAB III :METODE PENELITIAN	64
A. Ruang Lingkup Penelitian	64
B. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	66
C. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	70
D. Definisi Oprasional dan Pengukuran Variabel	73
E. Teknik Analisis Data	78
BAB IV : PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	94
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	94
B. Deskripsi Responden Penelitian	104
C. Hasil Analisis Data	107
1. Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	107
2. Uji Instrumen.....	109
3. Uji Asumsi Klasik	112
4. Uji Hipotesis	121
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	136
BAB V : PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	143
B. Saran	Error! Bookmark not defined.6
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Presentase Permasalahan UMKM	5
Gambar 1.2. Tampilan HIPPI Mall	10
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	62
Gambar 4.1. Logo HIPPI	96
Gambar 4.2. Struktur Kepengurusan HIPPI	97
Gambar 4.3. Kurva Distribusi Uji t	131

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	47
Tabel 3.1. Skala Likert	68
Tabel 3.2. Indikator Penelitian Variabel	75
Tabel 3.3. Pedoman Interpretasi Koefesien Korelasi	88
Tabel 4.1. Data Hasil Kuesioner	104
Tabel 4.2. Uji Analisis Statistik Deskriptif	107
Tabel 4.3. Uji Validitas	110
Tabel 4.4. Uji Reliabilitas	112
Tabel 4.5. Uji Normalitas	113
Tabel 4.6. Uji Multikolinearitas	115
Tabel 4.7. Uji Autokorelasi	117
Tabel 4.8. Uji Heterokedastisitas	119
Tabel 4.9. Uji Heterokedastisitas Setelah Ln	120
Tabel 4.10. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	123
Tabel 4.11. Uji Koefesien Korelasi (R)	126
Tabel 4.12. Uji Koefesien Determinasi (R²)	127
Tabel 4.13. Uji t	130
Tabel 4.14. Uji F	134