

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN
PADA PT BATAM SURYA MAKMUR**

SKRIPSI



**Oleh:
Devi Susiyani
160910282**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN
PADA PT BATAM SURYA MAKMUR**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**



**Oleh
Devi Susiyani
160910282**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Devi Susiyani

NPM : 160910282

Fakultas : Ilmu sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh *Digital marketing* dan kualitas pelayanan terhadap tingkat penjualan pada PT Batam Surya Makmur”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 07 Februari 2020

Devi Susiyani

160910282

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN
PADA PT BATAM SURYA MAKMUR**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**

**Oleh
Devi Susiyani
160910282**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 07 Februari 2020

**Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M.
Pembimbing**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh *digital marketing* dan kualitas pelayanan terhadap tingkat penjualan pada PT Batam Surya Makmur dengan pengambilan teknik sampling *non random sampling* sehingga jumlah sampel didapat sebanyak 104 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini uji hipotesis untuk penelitian ini memakai (uji t) dan (uji F) dengan memakai software program SPSS versi 25. Hasil koefisien determinasi (R^2) yang didapat variabel *Digital marketing* dan kualitas pelayanan berpengaruh 70.4% terhadap tingkat penjualan. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa *Digital marketing* berpengaruh positif sebanyak 0,687 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebanyak $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $9,681 > t$ tabel 1,660 terhadap tingkat penjualan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif sebesar 0,090 dan hasil nilai signifikan pada uji t sebesar $0,035 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,132 > t$ tabel 1,660 terhadap tingkat penjualan. Kemudian secara simultan *Digital marketing* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan, dibuktikan dari hasil uji F dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $49,652 > F$ tabel 3,09. Kesimpulannya, bahwa tingkat penjualan dipengaruhi oleh *digital marketing* dan kualitas pelayanan.

Kata kunci: *Digital marketing*; Kualitas pelayanan; Tingkat penjualan.

ABSTRACT

This research aims to determine digital marketing and service quality to the level of sales at PT. Batam Surya Makmur by taking non random sampling techniques so that the number of samples obtained was 104 respondents. Method of data collection in this research is by collecting questionnaires to respondents. In this study, the hypothesis test in this study uses (t test) and (F test) using SPSS Version 25 software program. The results of the coefficient of determination (R²) obtained by Digital marketing variables and service quality are increased by 70,4% against the level the sale. The results of multiple linear regression tests showed that Digital marketing had a positive effect of 0,687 and the results of the significant value in the t test were $0,000 < 0,05$ and the t value was $9,681 > t$ table 1,660 to the level of sales. Positive service value of 0,090 and the results of the significant value in the t test of $0,035 < 0,05$ and t value of $2,132 > t$ table of 1,660 to the level of sales. Furthermore, digital marketing and service quality prove significant to the level of sales, as evidenced by the results of the F test with a significance value of $0,000 < 0,05$ and an F value of $49,652 > F$ table 3,09. In conclusion, that's the level of sales generated by digital marketing and service quality.

Keywords: *Digital marketing; Service quality; Sales level.*

KATA PENGANTAR

Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M, Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M. selaku pembimbing skripsi yang telah mengarahkan penulis dengan baik;
5. Seluruh Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua dan keluarga yang selalu berdoa dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
7. Seluruh pimpinan dan karyawan serta konsumen PT Batam Surya makmur yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian;
8. Teman-teman se-angkatan penulis yang selalu menyemangati hingga selesai skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan Bapak, Ibu dan rekan-rekan sekalian. Amin.

Batam, 07 Februari 2020

Devi Susiyani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Kegunaan Teoritis	9
1.6.2 Kegunaan Praktis	9
 BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Pengertian tingkat penjualan	11
2.1.1.2 Faktor-faktor tingkat penjualan	12
2.1.1.3 Indikator tingkat penjualan	14
2.1.2 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	15
2.1.2.1 Keuntungan <i>Digital Marketing</i>	16
2.1.2.2 Indikator <i>Digital marketing</i>	17
2.1.3 Pengertian Kualitas pelayanan.....	18
2.1.3.1 Ciri – ciri kualitas pelayanan	19
2.1.3.2 Indikator kualitas pelayanan	19

2.2 Penelitian terdahulu	20
2.3 Kerangka berpikir	23
2.4 Hipotesis	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Operasional Variabel.....	25
3.2.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	27
3.2.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>).....	27
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Metode Analisis Data.....	30
3.5.1 Analisis deskriptif	30
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	30
3.5.2.1 Uji Validitas.....	30
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	31
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.5.3.1 Uji Normalitas.....	31
3.5.3.2 Uji Kolmogorov – Smirnov.	32
3.5.3.3 Uji Multikolinearitas	32
3.5.3.4 Uji Heteroskedastisitas	33
3.5.4 Uji Pengaruh	33
3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)	34
3.5.5 Pegujian Hipotesis	35
3.5.5.1 Uji-T (<i>T-test</i>).....	35
3.5.5.2 Uji-F (<i>F-test</i>).....	35
3.6 Lokasi Penelitian.....	36
3.7 Jadwal Penelitian	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil responden Penelitian	37
4.1.1 Distribusi responden menurut jenis kelamin	37
4.1.2 Distribusi Responden menurut Usia	38

4.1.3 Distribusi Responden menurut Tingkat Pendidikan	38
4.1.4 Distribusi Responden menurut Lama Usaha	39
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif	40
4.2.1.1 Variabel <i>digital marketing</i> (X1).....	40
4.2.1.2 Variabel Kualitas pelayanan (X2).....	41
4.2.1.3 Variabel tingkat penjualan (Y)	42
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data	43
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas.....	43
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	45
4.2.3 Hasil Uji Asumsi.....	46
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	46
4.2.3.2 Uji Kolmogorov-Smirnov	47
4.2.3.3 Uji Multikolinearitas	48
4.2.3.4 Uji Heteroskedastisitas	49
4.2.4 Uji Pengaruh.....	49
4.2.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
4.2.4.2 Analisis Determinasi (R^2)	51
4.2.5 Pengujian Hipotesis.....	52
4.2.5.1 Uji Partial (Uji t)	52
4.2.5.2 Uji Secara Simultan (Uji F)	54
4.3 Pembahasan	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	57
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka konseptual	24
Gambar 4. 1 Kurva Normalitas (histogram)	46
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot).....	46
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas (<i>Partial Regression Plot</i>)	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan. PT Batam Surya Makmur tahun 2019	5
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Definisi operasional.....	26
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Dependen.....	27
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian	36
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan usia	38
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	38
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan lama usaha	39
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif X1	40
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif X2	41
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Y	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas variabel X1 (<i>digital marketing</i>)	43
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas variabel X2 (Kualitas Pelayanan)	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas variabel Y (tingkat penjualan)	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov</i>	46
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Regresi	50
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi (R^2)	52
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Partial (Uji t)	53
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	54

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Regresi Linear Berganda	34
Rumus 3. 2 Koefisien determinasi.....	35