

**PENGARUH PERSEPSI BIAYA, INTERAKTIF, DAN DESAIN
TERHADAP PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING PADA
UMKM JUAL BELI SEPEDA MOTOR BEKAS**



Nama : Asep Hendra Prakasa

NIM : 43117110193

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJAMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2023**

**PENGARUH PERSEPSI BIAYA, INTERAKTIF, DAN DESAIN
TERHADAP PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING PADA
UMKM JUAL BELI SEPEDA MOTOR BEKAS**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Asep Hendra Prakasa
NIM : 43117110193

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asep Hendra Prakasa

Nim : 43117110193

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan). Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 11 Juli 2023



Asep Hendra Prakasa

43117110193

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Asep Hendra Prakasa
NIM : 43117110193
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH PERSEPSI BIAYA, INTERAKTIF DAN DESAIN TERHADAP PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM JUAL BELI SEPEDA MOTOR BEKAS
Tanggal Sidang : 23 Agustus 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., M.M., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 08232805



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan Rahmat dan hidayah-nya, Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ PENGARUH PERSEPSI BIAYA, INTERAKTIF DAN DESAIN TERHADAP PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING PADA UMKM JUAL BELI SEPEDA MOTOR BEKAS” Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., M.M., Ph.D., C.MP. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Nurul Hidayah , M.si, Ak., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak/ ibu Selaku dosen penguji ujian akhir skripsi, yang telah memberikan masukan dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.

5. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah SWT menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Aamiin.
6. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 11 Juli 2023

Asep Hendra Prakasa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Manajemen Pemasaran	11
2. Persepsi Biaya	15
3. Interaktif.....	16
4. Desain	17
5. Digital Marketing	17
6. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)	26
7. Penelitian Terdahulu.....	29
B. Pengembangan Hipotesis	30
1. Kerangka Pemikiran	30
2. Pengembangan Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Waktu dan Tempat Penelitian	36
1. Waktu Penelitian	36
2. Tempat Penelitian	36
B. Desain Penelitian.....	36

C.	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	37
1.	Definisi Variabel.....	37
2.	Operasionalisasi Variabel.....	38
D.	Skala Pengukuran	40
E.	Populasi dan Sampel Penelitian	40
1.	Populasi	40
2.	Sampel	41
F.	Metode Pengumpulan Data	42
G.	Metode Analisis Data	42
1.	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	43
2.	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
A.	Analisis Deskriptif.....	47
1.	Deskripsi Responden	47
2.	Deskripsi Jawaban Responden	49
B.	Hasil Uji Instrumen	54
C.	Hasil Analisis Data.....	55
1.	Evaluasi Measurement (Outer) Model	55
2.	Evaluasi Measurement (Inner) Model.....	59
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	62
1.	Pengaruh Persepsi Biaya terhadap Penggunaan Digital Marketing	62
2.	Pengaruh Interaktif terhadap Penggunaan Digital Marketing	63
3.	Pengaruh Desain terhadap Penggunaan Digital Marketing.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		66
A.	Simpulan.....	66
B.	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		68
LAMPIRAN.....		72

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra-Survey Penggunaan Digital Marketing.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 3. 2 Jawaban Skala Likert	40
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	47
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	48
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Media Digital Marketing.....	48
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Postingan	49
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Jawaban Persepsi Biaya	50
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Jawaban Interaktif	51
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Jawaban Desain.....	52
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Jawaban Penggunaan <i>Digital Marketing</i>	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.11 Hasil Nilai <i>Loading Factor</i>	56
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity Cross Loading</i>	57
Tabel 4.13 <i>Discriminant Validity-Fornell Lacker Criterion</i>	58
Tabel 4.14 Hasil Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	58
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Reliabilitas	59
Tabel 4.16 Hasil R Square	59
Tabel 4.17 Hasil Pengujian <i>Blindfolding</i>	60
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik pertumbuhan pengguna Internet di Indonesia (Anonim, 2022)	4
Gambar 1.2. Data (Tren) Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2022.....	4
Gambar 1.3. Pertumbuhan pengguna yang menggunakan media sosial di Indonesia	5
Gambar 1.4. Platform media sosial yang digunakan pengguna internet di Indonesia	5
Gambar 2.1. Kerangka pemikiran	31
Gambar 4.1 PLS Algoritma.....	56
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Bootsrapping</i>	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Responden.....	75
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden.....	78
Lampiran 4 Outer Model PLS.....	80
Lampiran 5 Inner Model PLS	82

