

**Pengaruh Penerapan Digitalisasi Marketing Terhadap Kinerja UMKM
dengan Persepsi Perilaku Konsumen Sebagai Pemediasi**

TUGAS TALENTA UNGGUL

Diajukan Kepada

Program Studi Manajemen

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana
repository.uksw.edu



Oleh:
1956

Renaldo Ulya Mahendra Prakosa

212019093

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

SALATIGA

2023



PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS TALENTA UNGGUL

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Renaldo Ulya Mahendra Prakosa
NIM : 212019093
Program studi : Manajemen
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Talenta Unggul :

Judul : Pengaruh Penerapan Digitalisasi Marketing Terhadap Kinerja UMKM dengan Persepsi Perilaku Konsumen sebagai Pemediasi
Pembimbing : Roos Kities Andadari, S.E., MBA., Ph.D
Tanggal diuji : 12 Juli 2024

Adalah benar-benar karya saya.

Di dalam kertas ini tidak dapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh.

Salatiga, 5 Juni 2024

Yang memberi pernyataan

(Renaldo Ulya Mahendra Prakosa)

**Pengaruh Penerapan Digitalisasi Marketing Terhadap Kinerja UMKM
dengan Persepsi Perilaku Konsumen Sebagai Pemediasi**

RENALDO ULYA MAHENDRA PRAKOSA

212019093

PEMASARAN

**TUGAS TALENTA UNGGUL
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Disetujui untuk diuji oleh:



Roos Kities Andadari, S.E., MBA., Ph.D

Pembimbing

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**


SALATIGA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Kertas Kerja : Pengaruh Penerapan Digitalisasi Marketing Terhadap Kinerja
UMKM Dengan Persepsi Perilaku Konsumen Sebagai
Pemediasi
Nama Mahasiswa : Renaldo Ulya Mahendra Prakosa
NIM : 212019093
Program Studi : S1 Manajemen

Menyetujui



Roos Kities Andadari, S.E., MBA., Ph.D

Pembimbing

Mengesahkan


Imanuel Maden Sakti, S.E., M.Sc.
Kepala Program Studi S1 Manajemen

Dinyatakan Lulus Ujian Pada Tanggal 12 Juli 2024

MOTTO

Dunia Memang Tidak Adil, Kita Sebagai Manusia Mempunyai Pilihan Apakah Kita akan Meninggalkan Dunia Tanpa Berusaha atau Memberikan Yang Terbaik.

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana
repository.uksw.edu



Abstract

The purpose of this study was to examine The Effect of Implementing Digital Marketing on MSME Performance with Consumer Behavior Perceptions as a Mediator using quantitative methods. The study used a sample of 30 MSME with a population of MSME in Salatiga City. The result of this study show that (i) digital marketing has an impact on MSME performance; (ii) Consumer Behavior Perceptions Mediate the Effect of Marketing Digitalization on MSME Performance.

Key words: Digital Marketing, MSME Performance, Consumer Behavior Performance



Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji Pengaruh Penerapan Pemasaran Digital Terhadap Kinerja UMKM dengan Persepsi Perilaku Konsumen Sebagai Mediator dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 30 UMKM dengan populasi UMKM di Kota Salatiga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (i) pemasaran digital berdampak terhadap kinerja UMKM; (ii) Persepsi Perilaku Konsumen Memediasi Pengaruh digitalisasi marketing Terhadap Kinerja UMKM.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Kinerja UMKM, Persepsi Perilaku Konsumen



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, Rahmat dan hidayahnya yang telah menyertai penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, sangat sulit untuk menyelesaikan studi dalam penyusunan tugas akhir ini. Pada kesempatan kali ini saya ingi mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Saya, Retno yang selalu memberikan doa, dukungan dan dorongan dalam penyusunan manuskrip ini.
2. Bapak Dr. Yefta Andi Kus Noegroho, SE., MSi., Ak., CMA., CA. selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.
3. Bapak Imanuel Madea Sakti, S.E., M.Sc selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.
4. Roos Kities Andadari, S.E., MBA., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan mengarahkan dalam pembuatan manuskrip tugas talenta unggul ini.
5. Prof. Apriani Dorkas Rambu Atahau, S.E., M.Com., Ph.D selaku Wali studi yang telah membimbing dan mengarahkan proses perkuliahan selama berkuliah pada Fakultas Ekonomika dan bisnis Universitas Kristen satya Wacana.
6. Para pemilik UMKM yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi dalam penelitian ini.
7. Saudara Kembar Saya, Renaldi yang selalu memberikan masukan dukungan dan kritik dalam proses penyusunan manuskrip Tugas Talenta Unggul ini.
8. Sahabat Saya Afgan Jaya, Jason Bryan, Giltom Antonio, Abram Gusti, Piso Nanta, yang selalu sabar mendengarkan keluh kesah dan selalu memberikan saran dan masukan dalam penyusunan tugas talenta unggul ini.
9. Kekasih saya, Lidya Audi yang selalu menyemangati saya dan menemani saya ketika saya sedang merasa tertekan dalam mengerjakan manuskrip ini.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih atas doa serta dukungan yang telah diberikan, Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan dari pihak-pihak yang telah memberikan banyak bantuan dalam proses penyusunan tugas akhir ini.

Salatiga, 5 Juni 2024



Renaldo Ulya Mahendra Prakosa

DAFTAR ISI

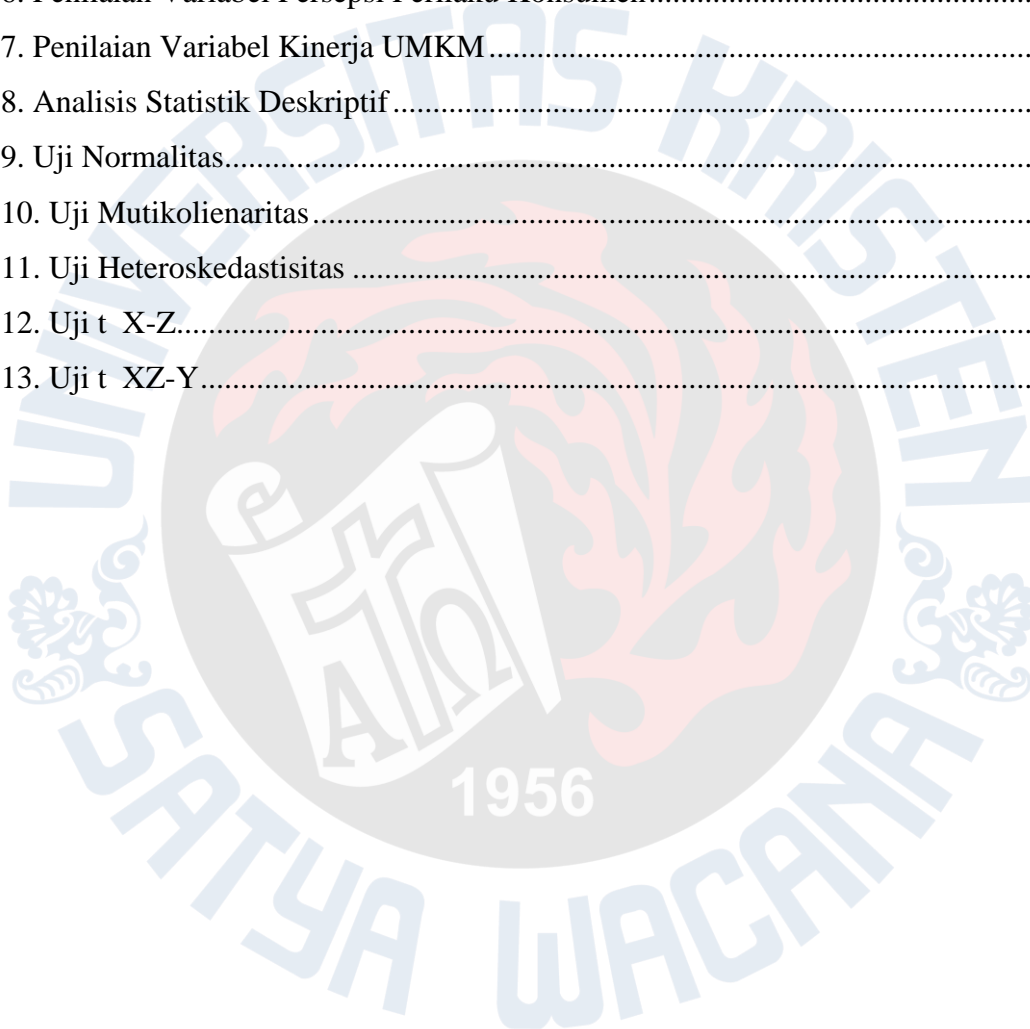
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS TALENTA UNGGUL.....	ii
MOTTO	iv
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak.....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
PENDAHULUAN	1
KAJIAN LITERATUR.....	5
Teori Utama	5
Kinerja UMKM.....	5
Digital Marketing	6
Persepsi Perilaku Konsumen.....	7
PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
Pengaruh Digitalisasi Marketing Terhadap Kinerja UMKM	8
Persepsi Perilaku Konsumen Memediasi Pengaruh Digitalisasi Marketing terhadap Kinerja UMKM	10
METODE PENELITIAN.....	12
Jenis dan Sumber data	12
Populasi dan Sampel.....	12
Skala Pengukuran Variabel	15
Teknik Analisis.....	15
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	17
Karakteristik Responden.....	17
Pengujian Validitas dan Reliabilitas variabel.....	18
Uji Validitas	18
Uji Reabilitas	19
Analisis Statistik Deskriptif.....	20
Pengujian Hipotesa	27
Uji Normalitas	27
Uji Multikoleniaritas.....	28
Uji Heteroskedastisitas	29

Uji t.....	29
Uji Sobel	30
PEMBAHASAN	31
Pengaruh Digitalisasi Marketing terhadap Kinerja UMKM	31
Persepsi Perilaku Konsumen Memediasi Pengaruh Digitalisasi Marketing terhadap Kinerja UMKM	32
KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	33
Kesimpulan.....	33
Keterbatasan penelitian.....	33
Saran	33
DAFTAR PUSTAKA	34



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel	12
Tabel 2. Karakteristik Responden.....	17
Tabel 3. Uji validitas.....	19
Tabel 4. Uji reabilitas.....	19
Tabel 5. Penilaian Variabel Digitalisasi Marketing.....	20
Tabel 6. Penilaian Variabel Persepsi Perilaku Konsumen.....	22
Tabel 7. Penilaian Variabel Kinerja UMKM.....	23
Tabel 8. Analisis Statistik Deskriptif.....	25
Tabel 9. Uji Normalitas.....	27
Tabel 10. Uji Mutikolienaritas.....	28
Tabel 11. Uji Heteroskedastisitas	29
Tabel 12. Uji t X-Z.....	29
Tabel 13. Uji t XZ-Y.....	30



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir.....11

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana
repository.uksw.edu

