

**ANALISIS MENINGKATKAN KINERJA PENJUALAN MELALUI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CONTENT MARKETING*, DAN
MARKETING DIGITAL PADA *DIGITAL PRINTING* DI PONOROGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Erista Eka Saputri

NIM : 18414725

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

**ANALISIS MENINGKATKAN KINERJA PENJUALAN MELALUI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, *CONTENT MARKETING*, DAN
MARKETING DIGITAL PADA *DIGITAL PRINTING* DI PONOROGO**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Erista Eka Saputri

NIM : 18414725

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Meningkatkan Kinerja Penjualan Melalui Pengaruh Kualitas Produk, *Content Marketing* dan *Marketing Digital* Pada *Digital Printing* di Ponorogo
Nama : Erista Eka Saputri
NIM : 18414725
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 26 Oktober 1999
Program Studi : SI Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo, 2 Februari 2024

Pembimbing I



Dr. Adi Santoso, S.E., M.M

NIDN: 0727118803

Pembimbing II



Sri Hartono, S.E., M.M

NIDN: 0730127102

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

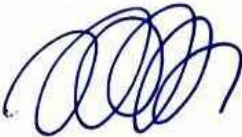


Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si

NIDN: 19670508 200501 1 002

Dosen Penguji :

Ketua



Dr. Adi Santoso, S.E., M.M

NIDN: 0727118803

Sekretaris



Naning Kritiyana, SE., MM

NIDN: 0721117501

Anggota



Titi Rapini, S.E., M.M

NIDN:0005056301

RINGKASAN

Perkembangan *digital printing* di Ponorogo mengalami pertumbuhan yang signifikan dengan munculnya berbagai usaha *digital printing*. Fenomena ini menghasilkan keberagaman produk dan layanan dalam ranah *digital printing*, menciptakan persaingan yang ketat di antara penyedia layanan tersebut. Pelaku bisnis perlu terus berinovasi dan mengadopsi berbagai cara agar percetakan mereka tetap diminati dan dikenal oleh konsumen. Upaya ini mencakup pelayanan yang unggul, produk berkualitas, serta penerapan strategi pemasaran yang lebih efisien agar perusahaan dapat mencapai target penjualan yang diharapkan.

Data primer dipergunakan dalam penelitian ini yang didapatkan dari penyebaran kuisioner kepada responden yaitu anggota komunitas *digital printing* di Ponorogo sebanyak 36 orang dengan *total sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Hasil penelitian menunjukkan, (1) Kualitas produk mempengaruhi kinerja penjualan secara signifikan (2) *Content Marketing* mempengaruhi kinerja penjualan secara signifikan (3) *Marketing Digital* mempengaruhi kinerja penjualan secara signifikan. (4) Secara simultan kualitas produk, *Content Marketing*, *Marketing Digital* mempengaruhi kinerja penjualan secara signifikan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Content Marketing, Marketing Digital, Kinerja Penjualan



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, serta keridhoanNya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan Judul “Analisis Meningkatkan Kinerja Penjualan Melalui Pengaruh Kualitas Produk, *Content Marketing* dan *Marketing Digital* Pada *Digital Printing* di Ponorogo”

Maksud Penyusunan Skripsi ini adalah memenuhi persyaratan agar memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Peneliti menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu penulis sadar bahwa keberhasilan dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak.

Pada Kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan serta ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Kedua Orangtua saya yang selalu memberikan dukungan dan support moriil maupun materiil, yang selalu memberikan Doa dan Restunya Sehingga saya bisa menyelesaikan Skripsi ini.
2. Dr Happy Susanto, M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan Program Strata 1 pada Program study Manajemen, Fakultas Ekonomi.
3. Dr. Hadi Sumarsono, S.E, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kesempatan dan Fasilitas Sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Naning Kristiyana, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan bimbingan, kesempatan dan Fasilitas Sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah berjasa, mendidik, membina dan mengantarkan saya sampai pada perjuangan ini, terutama Bapak Adi Santoso, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Sri Hartono, SE., MM selaku Pembimbing 2. Tanpa Bimbingan, dan arahan dari Beliau, saya tidak akan bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan mudah, dan tepat waktu.
6. Kepada teman-teman S1 Manajemen angkatan tahun 2018 yang selalu menjadi teman berkeluh kesah saya.

Peneliti yakin dalam penelitian dan penyusunan skripsi ini masih banyak ketidaksempurnaan karena keterbatasan dan kurangnya pengetahuan dari peneliti. Akhirnya semoga Allah SWT memberikan karunia, limpahan rahmat dan berkah-Nya atas semua kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Harapan peneliti semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang bersangkutan serta menjadi salah satu referensi penelitian-penelitian selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Ponorogo, 15 Februari 2024



Erista Eka Saputri

18414725

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 15 Februari 2024



Erista Eka Saputri

NIM. 18414725

MOTTO

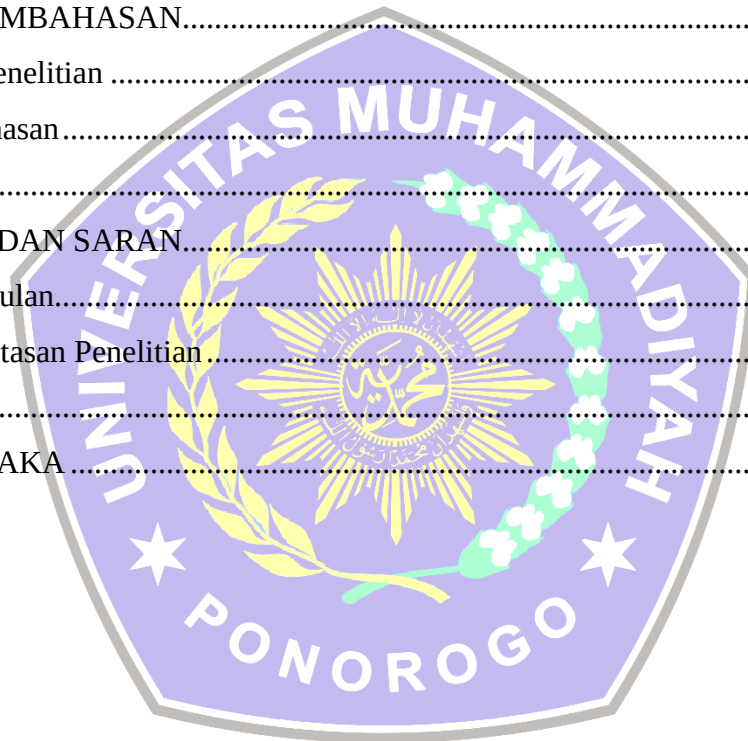
”Awal kegagalan bukanlah suatu hal yang membuatmu akan jatuh dan tidak ingin melakukannya lagi, tetapi jadikanlah pengalaman dan tunjukkanlah bahwa suatu saat nanti kamu akan bisa mencapai keberhasilan yang ingin kamu dapatkan”



DAFTAR ISI

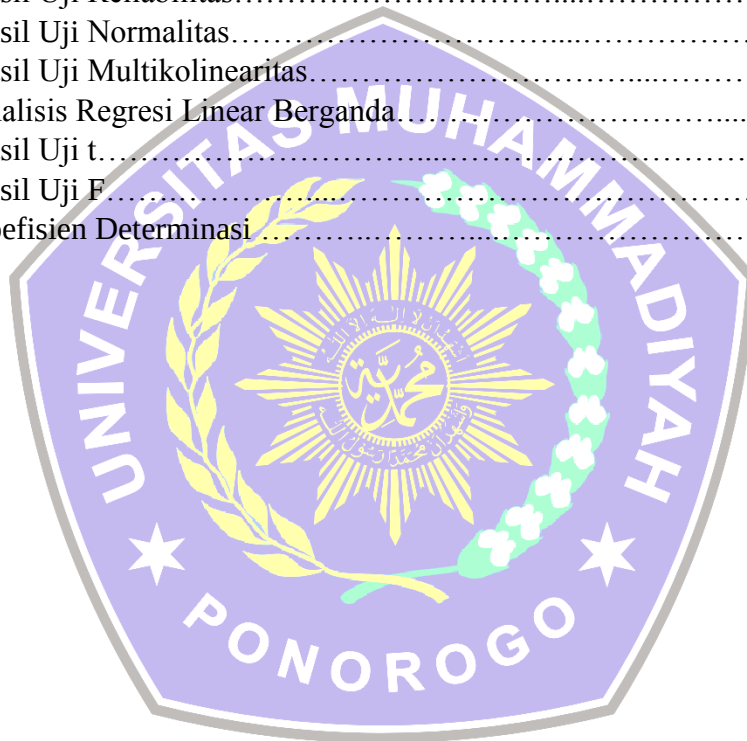
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	vi
MOTTO	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan	8
1.3.2 Manfaat	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1 Manajemen <i>Marketing</i>	10
2.1.2 Perilaku Organisasi	10
2.1.3 Kinerja Penjualan.....	15
2.1.4 Kualitas Produk.....	19
2.1.5 <i>Content Marketing</i>	20
2.1.6 <i>Marketing Digital</i>	21
2.2 Penelitian terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Hipotesis.....	26
BAB III	31
Metode Penelitian	31

3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	31
3.2	Populasi Dan Sampel	31
3.2.1	Populasi.....	31
3.2.2	Sampel.....	31
3.3	Metode Pengambilan Data	32
3.3.1	Sumber Data.....	32
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	33
3.5	Metode Analisis Data	38
BAB IV		41
HASIL DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Hasil Penelitian	41
4.2	Pembahasan.....	62
BAB V		69
KESIMPULAN DAN SARAN		69
5.1	Kesimpulan.....	69
5.2	Keterbatasan Penelitian	70
5.3	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Skala Pengukuran Likert.....	33
Tabel 4.1	Responden Penelitian.....	42
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4.3	Usia Responden.....	44
Tabel 4.4	Lama Usaha Responden.....	45
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Kualitas Produk (X_1)	46
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban <i>Content Marketing</i> (X_2)	47
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban <i>Marketing Digital</i> (X_3)	48
Tabel 4.8	Deskripsi Jawaban Kinerja Penjualan (Y)	49
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.13	Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.14	Hasil Uji t.....	57
Tabel 4.15	Hasil Uji F.....	60
Tabel 4.16	Koefisien Determinasi	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1	Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 ₁ (Kualitas Produk)	58
Gambar 4.2	Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 ₂ (Content Marketing).....	59
Gambar 4.3	Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 ₃ (<i>Marketing Digital</i>)	60
Gambar 4.4	Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 ₄	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2	Data Responden Penelitian
Lampiran 3	Rekapitulasi Jawaban Responden
Lampiran 4	Output Uji Validitas
Lampiran 5	Output Uji Reliabilitas
Lampiran 6	Hasil Uji Analisis Data

