

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TERHADAP
PENJUALAN PRODUK E-COMMERCE
DI CV FAMILY JAFAN GROUP**

***THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING STRATEGY
ON E-COMMERCE PRODUCT SALES
AT CV FAMILY JAFAN GROUP***

Oleh
INDRA PUTRA SOFIAN
61201021008657

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2025**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TERHADAP
PENJUALAN PRODUK E-COMMERCE
DI CV FAMILY JAFAN GROUP**

***THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING STRATEGY
ON E-COMMERCE PRODUCT SALES
AT CV FAMILY JAFAN GROUP***

**Oleh
INDRA PUTRA SOFIAN
61201021008657**

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 09 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

**Dr. Jhonson Sitanggang, SE, MM
NIDN: 0408077703**

**Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NIDN: 0416076506**

Mengetahui,

**Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi**

**Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.
NIDN: 2017065701**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DIGITAL TERHADAP
PENJUALAN PRODUK E-COMMERCE
DI CV FAMILY JAFAN GROUP**

***THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING STRATEGY
ON E-COMMERCE PRODUCT SALES
AT CV FAMILY JAFAN GROUP***

**Oleh
INDRA PUTRA SOFIAN
61201021008657**

SKRIPSI

Telah diujikan pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 09 Juli 2025.

Ketua Penguji

Anggota Penguji

**Mei Iswandi, SE., MM
NUPTK: 4862750651130102**

**Dr. Dyah Purwaningsih, S.Si, MM
NUPTK: 1440745646230083**

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

**Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si
NIDN: 0416076506**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Indra Putra Sofian

NIM 61201021008655

Judul Skripsi : Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Motivasi Kerja
Terhadap Kinerja Karyawan PT POS Indonesia Cabang Cibinong

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan haknya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku dilingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 09 Juli 2025

Indra Putra Sofian
61201021008655

Nama : Indra Putra Sofian

NIM 61201021008655

Judul Skripsi : Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Penjualan Produk
E-Commerce di CV Family Jafan Group

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel segmentasi, targeting, dan positioning terhadap penjualan produk E-Commerce pada CV. Family Jafan Group. Uji hipotesis dilakukan melalui beberapa tahapan analisis statistik, antara lain: persamaan regresi linier berganda, uji F (simultan), uji t (parsial), koefisien determinasi (R^2), dan identifikasi variabel yang paling dominan. Hasil uji F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar $33,083 > F_{tabel} 2,700$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Koefisien determinasi (Adjusted R^2) sebesar 0,493 menunjukkan bahwa 49,3% variasi dalam penjualan dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Uji t menunjukkan bahwa variabel segmentasi tidak berpengaruh signifikan ($p = 0,814$), sedangkan targeting ($p = 0,039$) dan positioning ($p = 0,000$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan. Di antara ketiga variabel, positioning memiliki pengaruh paling dominan terhadap peningkatan penjualan dengan nilai standardized beta tertinggi sebesar 0,622. Dengan demikian, strategi positioning menjadi kunci utama dalam meningkatkan kinerja penjualan produk E-Commerce di CV. Family Jafan Group.

Kata Kunci : Segmentasi, Targeting, Positioning, Penjualan Produk E-Commerce

Name : Indra Putra Sofian
NIM 61201021008655
Tittle : *The Influence of Digital Marketing Strategy on E-Commerce Product Sales at CV FAMILY JAFAN GROUP*

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of segmentation, targeting, and positioning variables on the sales of E-Commerce products on CV. Family Jafan Group. Hypothesis testing is carried out through several stages of statistical analysis, including: multiple linear regression equations, F test (simultaneous), t-test (partial), determination coefficient (R^2), and identification of the most dominant variable. The results of the F test showed a F_{cal} value of 33.083 > F_{table} 2.700 with a significance of $0.000 < 0.05$, which means that the three independent variables simultaneously had a significant effect on sales. The determination coefficient (Adjusted R^2) of 0.493 showed that 49.3% of the variation in sales was influenced by these three variables, while the rest was influenced by other factors outside the model. The t-test showed that the segmentation variable had no significant effect ($p = 0.814$), while targeting ($p = 0.039$) and positioning ($p = 0.000$) had a positive and significant effect on sales. Among the three variables, positioning had the most dominant influence on sales increase with the highest standardized beta value of 0.622. Thus, positioning strategy is the main key in improving the sales performance of E-Commerce products at CV. Family Jafan Group.

Keywords: Segmentation, Targeting, Positioning, E-Commerce Product Sales

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan proposal penelitian ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Proposal Penelitian yang berjudul Pengaruh Strategi Pemasaran Digital terhadap Penjualan Produk E-Commerce di CV Family Jafan Group ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Sarjana Manajemen. Pemilihan judul ini didasarkan pada ketertarikan penulis terhadap fenomena perkembangan strategi pemasaran digital yang semakin berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan penjualan produk e-commerce. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai efektivitas strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh CV Family Jafan Group.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini masih terdapat banyak kekurangan. Perjalanan ini bukanlah hal yang mudah, tetapi saya tidak pernah benar-benar berjalan sendiri. Banyak pihak yang hadir, membantu, membimbing, dan menguatkan saya di setiap langkah.

Untuk itu, dengan ketulusan hati, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Mildy Rifai, SE. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici yang telah mengelola kampus dengan baik
3. Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si, selaku ketua Jurusan Manajemen STIE GICI
4. Jhonson Sitanggang, SE., MM, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan mendampingi saya dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, dan arahan yang Bapak berikan. Setiap masukan dan bimbingan dari Bapak sangat berarti dan menjadi fondasi utama dalam penyelesaian karya ini.
5. Mei Iswandi, SE., MM dan Dr. Dyah Purwaningsih, S.Si., MM, selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, kritik, serta masukan berharga demi kesempurnaan skripsi ini. Ketegasan dan kehangatan dalam bimbingan Bapak dan Ibu menjadi motivasi besar bagi saya untuk terus belajar dan berkembang.
6. Mega Indah Edityawati, SE., MM, sosok dosen inspiratif yang telah menyalakan semangat saya dengan ilmu, dedikasi, dan perhatian beliau terhadap potensi saya. Terima kasih atas segala inspirasi, motivasi, dan dukungan yang Ibu berikan selama masa studi ini.
7. Jajat Mulyana, SE, selaku owner perusahaan yang telah memberikan saya kesempatan berharga untuk melakukan penelitian. Terima kasih atas waktu,

- kepercayaan, dan bantuan yang begitu besar selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Ibu Tiur Malia, ibunda tercinta, perempuan luar biasa dalam hidup saya. Tidak ada kata yang cukup untuk menggambarkan betapa besar peran dan pengorbanan Ibu dalam setiap langkah perjuangan saya. Ibu adalah tempat saya kembali ketika lelah, tempat saya bertanya saat bingung, dan tempat saya belajar tentang keteguhan hati, kesabaran, serta cinta yang tulus tanpa syarat. Terima kasih telah menjadi cahaya di tengah gelapnya proses, menjadi kekuatan di saat saya hampir menyerah, dan selalu mendoakan saya di setiap sujud panjangmu. Terima kasih atas air matamu yang diam-diam jatuh dalam doa, atas pelukan hangat yang menyembuhkan, dan atas keyakinanmu bahwa saya mampu, bahkan ketika saya sendiri meragukannya. Segala pencapaian ini tidak akan pernah terwujud tanpa cinta dan dukungan Ibu yang begitu besar.
 9. Ucapan terima kasih yang penuh kasih juga saya sampaikan untuk adik saya tercinta, Mohamad Djaffar, yang selalu menjadi penyemangat dalam diam, teman berbagi dalam suka dan duka, serta sosok yang tanpa disadari telah memberikan banyak arti dalam perjuangan saya. Doa dan dukunganmu menjadi bagian penting dari langkah-langkah saya hingga titik ini.
 10. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI, yang telah membekali saya dengan ilmu pengetahuan, wawasan, dan nilai-nilai berharga. Setiap pelajaran yang diberikan akan saya jaga dan bawa sebagai bekal kehidupan.
 11. Segenap staf dan karyawan STIE GICI, yang dengan ramah dan penuh kesabaran membantu saya selama masa studi. Terima kasih atas dedikasi dan pelayanan yang luar biasa.
 12. Teman-teman terbaik saya, Halim, Nabila, Okta, serta seluruh teman angkatan 2021 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kebersamaan, tawa, dan dukungan di saat-saat penuh tekanan dan perjuangan. Kalian telah menjadi bagian indah dalam cerita perjalanan saya, dan saya bersyukur bisa menjalani masa studi bersama kalian.
 13. Kepada Bapak Dandi, rekan kerja yang telah dengan sabar dan tulus memberikan arahan, semangat, serta motivasi selama proses penulisan skripsi ini, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.
 14. Ucapan terima kasih juga saya sampaikan kepada seluruh rekan kerja lainnya yang senantiasa memberikan dukungan dan percaya pada kemampuan saya. Kehadiran teman-teman semua sangat berarti dalam proses ini.

Depok, 09 Juli 2025
Penulis

Indra Putra Sofian
61201021008655

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR SIDANG	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Perumusan Masalah	3
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Tinjauan Teori	6
2.1.1. Pengertian Manajemen Strategi	6
2.1.2. Segmentasi	7
2.1.3. Targeting	10
2.1.4. Positioning.....	12
2.1.4. Penjualan.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.3. Kerangka Berpikir	19

2.4. Hipotesis.....	19
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	21
3.2. Jenis dan sumber data Penelitian.....	22
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	22
3.3.1. Populasi.....	22
3.3.2. Sampel.....	22
3.4. Operasional Variabel.....	23
3.5.1. Variabel Bebas	24
3.5.2. Variabel Terikat	25
3.5. Teknik Pengumpulan Data	27
3.6. Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	27
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran.....	27
3.6.2. Persamaan Regresi Linear Berganda.....	29
3.6.3. Uji Kualitas Data.....	30
3.6.4. Uji Asumsi Klasik.....	32
3.6.5. Uji Hipotesis.....	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian.....	36
4.1.1. Sejarah Berdirinya CV. Family Jafan Group	36
4.1.2. Visi dan Misi	37
4.1.3. Struktur Organisasi.....	37
4.1.4. Karakteristik Responden	38
4.1.5. Tanggapan Responden	40
4.1.6. Hasil Uji Kualitas Data	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas.....	52
4.1.7. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
1. Uji Normalitas	53

2. Uji Multikolinieritas	54
3. Uji Heteroskedastisitas	55
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis	56
1. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	56
2. Hasil Uji F (Simultan)	57
3. Koefisien Determinasi	59
4. Hasil Uji t (Parsial).....	59
5. Pengaruh Dominan.....	61
4.2. Pembahasan	61
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	64
5.2. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Tabel penjualan	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	21
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	28
Tabel 4.1. Karakteristik Responden berdsarkan jenis kelamin.....	38
Tabel 4.2. Karakteristik Responden berdsarkan Usia.....	38
Tabel 4.3. Karakteristik Responden berdsarkan Pendidikan.....	39
Tabel 4.4. Karakteristik Responden berdsarkan jenis Penghasilan	39
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Segmentasi	40
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Atas Variabel Targeting.....	42
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Atas Variabel Targeting.....	44
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Atas Variabel Penjualan.....	47
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Segmentasi	50
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Positioning	51
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Targeting.....	51
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Penjualan.....	52
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.14. Hasil Uji One Kolmogorv Smirnov Test.....	54
Tabel 4.15. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF).....	55
Tabel 4.16. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Glejser	56
Tabel 4.17. Hasil Uji Regresi Berganda.....	57
Tabel 4.18. Hasil Uji Simultan	58
Tabel 4.19. Koefisien Determinasi.....	59
Tabel 4.20. Hasil Uji t (Uji Parsial).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	19
Gambar 4.1. Struktur Organisasi CV. Family Jafan Group	38
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram.....	53
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat keterangan Penelitian.....	66
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 3. Tabulasi Data	72
Lampiran 4. Hasil Output SPSS	74
Lampiran 5. Kartu Bimbingan.....	81
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup	82
Lampiran 7. Ttabel dan Ftabel	83
Lampiran 8. Hasil Cek <i>Plagiarisme</i>	85