

**ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI
DIGITAL MARKETING, PACKAGING DAN LABELISASI
HALAL PADA PRODUK MAKANAN KEMASAN UMKM DI
KABUPATEN PRINGSEWU TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MENGGUNAKAN ANALISIS KONJOIN**

TUGAS AKHIR



**MUHAMMAD RIZKI
1181001037**

**PROGRAM STUDI S1 MANEJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2023**

**ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI
DIGITAL MARKETING, PACKAGING DAN LABELISASI
HALAL PADA PRODUK MAKANAN KEMASAN UMKM DI
KABUPATEN PRINGSEWU TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN ANALISIS KONJOIN**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
dan Ilmu Sosial**




**MUHAMMAD RIZKI
1181001037**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2023**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : **Muhammad Rizki**
NIM : **1181001037**
Tanda Tangan : 
Tanggal :ri 2023


HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

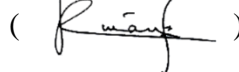
Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Muhammad Rizki
NIM : 1181001037
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI *DIGITAL MARKETING*, *PACKAGING* DAN LABELISASI HALAL PADA PRODUK MAKANAN KEMASAN UMKM DI KABUPATEN PRINGSEWU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN ANALISIS KONJOIN

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Deddy Herdiansjah, Ir., M.Sc., M.B.A., Ph.D. ()

Penguji I : Dudi Rudianto, S.E., M.Si., ()

Penguji II : Ir.Imbang J. Mangkuto, M.B.A., M.Si. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 13 Febuari 2023

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul *ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI DIGITAL MARKETING, PACKAGING DAN LABELISASI HALAL PADA PRODUK MAKANAN KEMASAN UMKM DI KABUPATEN PRINGSEWU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN ANALISIS KONJOIN* Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu dan ayah yang selalu mensupport dan memberikan motivasi ,serta keluarga besar penulis yang selalu mendukung dan mendoakan penulis selama masa perkuliahan.
2. Kedua adek saya yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi untuk saya dapat cepat menyelesaikan kuliah ini.
3. Deddy Herdiansjah, Ir., M.Sc., M.B.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
4. Imbang J. Mangkuto, Ir., M.B.A., M.Si. selaku dosen pembahas dalam seminar proposal dan sidang tugas akhir penulis yang telah banyak memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini dan memberikan banyak masukan kepada penulis.
5. Dudi Rudianto, S.E., M.Si., Dr selaku ketua penguji sidang tugas akhir penulis yang memberikan masukan dalam penulisin tugas akhir saya
6. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Allah swt dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak yang terkait kedepannya.

Jakarta, 13 Febuari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rizki' with a stylized flourish.

Muhammad Rizki

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizki
NIM : 1181001037
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PROMOSI MELALUI DIGITAL MARKETING, PACKAGING DAN LABELISASI HALAL PADA PRODUK MAKANAN KEMASAN UMKM DI KABUPATEN PRINGSEWU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN ANALISIS KONJOIN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 12 febuari 2023

Yang menyatakan



(Muhammad Rizki)

ABSTRAK

Pemasaran digital adalah penggunaan internet dan teknologi digital terkait bersama dengan komunikasi konvensional untuk mencapai tujuan pemasaran. Dengan kata lain, pemasaran digital adalah penggunaan internet dan terhubung dengan teknologi digital. Pengemasan adalah bisnis yang didirikan untuk menjaga ekuitas merek dan meningkatkan penjualan. Sedangkan kemasan merupakan komponen produk yang sangat penting karena berusaha mengkomunikasikan pelanggan/konsumen tentang produk di dalamnya. Sertifikasi atau labelisasi halal ini didasarkan pada fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa kehalalan suatu produk harus sesuai dengan syariat Islam. Salah satu syarat untuk membubuhkan label halal pada kemasan produk adalah memiliki sertifikat halal ini. Berdasarkan panduan dari sertifikasi halal dari kementerian agama tahun 2003, jenis study yang tepat untuk saya ambil adalah dengan melakukan pengambilan data secara kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner, study ini menggunakan metode penelitian conjoint analysis yang merupakan sebuah metode penelitian digunakan untuk menentukan preferensi konsumen terhadap suatu produk berupa barang atau jasa. Teknik analisis keterkaitan menjadi penting karena banyak faktor yang mempengaruhi penilaian konsumen dalam menentukan pilihan produk. Digital marketing adalah hal yang penting dalam sebuah produk, tetapi digital marketing juga memiliki peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian sebuah produk. Dalam penelitian ini ada tiga subatribut packaging yang diteliti yaitu dari jenis material bahan baku packaging, subatribut tersebut adalah packaging berbahan baku kardus, kaca, dan plastik. Hasil dari penelitian dengan menggunakan analisis konjoin pada SPSS, menunjukkan kemasan kaca memiliki nilai utility estimate tertinggi yaitu sebesar 0.328 yang diikuti oleh kemasan kardus sebesar 0.194 dan kemasan plastik sebesar 0.133. Kemasan kaca memiliki nilai utility estimate tertinggi mengartikan bahwa konsumen cenderung menyukai untuk membeli produk makanan dengan kemasan kaca. Ditemukan bahwa setelah dianalisis menggunakan konjoin pada SPSS

Kata kunci : Pemasaran Online, Pengemasan, Label Halal, Analisis Konjoin

ABSTRACT

Digital marketing is the use of the internet and digital technologies in conjunction with conventional communications to achieve marketing objectives. In other words, digital marketing is the use of the internet and connected with digital technology. packaging is a business built around maintaining brand equity and increasing sales. Meanwhile, packaging is a very important product component because it tries to communicate to customers/consumers about the product in it. Halal certification or labeling is based on the fatwa of the Indonesian Ulema Council (MUI) which states that the halalness of a product must comply with Islamic law. One of the requirements for affixing a halal label to product packaging is having this halal certificate. Based on the guidelines from halal certification from the 2003 religious regulations, the right type of research for me to take is to collect quantitative data by distributing questionnaires, this research uses the conjoint analysis research method which is a research method used to determine consumer preferences for a product . in the form of goods or services. Linkage analysis techniques are important because many factors influence consumer judgment in determining product choices. Digital marketing is an important thing in a product, but digital marketing also has an important role in influencing product purchasing decisions. In this study there were three packaging sub-attributes studied, namely the type of packaging raw materials, these sub-attributes were packaging made from cardboard, glass, and plastic. The results of the study using conjoint analysis in SPSS showed that glass packaging had the highest estimated utility value of 0.328, followed by cardboard packaging of 0.194 and plastic packaging of 0.133. Glass packaging has the highest estimated utility value, meaning that consumers tend to prefer buying food products in glass packaging. it was found that after being analyzed using conjoints in SPSS

Keywords: digital marketing, packaging, halal label, conjoint analysis

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR..... | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | v |
| ABSTRAK | vi |
| <i>ABSTRACT</i> | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Batasan Masalah..... | 13 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 13 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 14 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 14 |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis | 14 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis | 14 |
| BAB II KAJIAN TEORI..... | 15 |
| 2.1 Promosi..... | 15 |
| 2.1.1 Definisi Promosi | 15 |
| 2.1.2 Tujuan Promosi | 15 |
| 2.1.3 Jenis-jenis Promosi | 16 |
| 2.1.4 Strategi Bauran Promosi | 18 |
| 2.2 <i>Digital Marketing</i> | 19 |
| 2.2.1 Definisi <i>Digital Marketing</i> | 19 |
| 2.2.2 Konsep <i>Marketing</i> dan <i>Digital Marketing</i> | 20 |
| 2.2.3 Saluran Pemasaran <i>Digital</i> | 21 |
| 2.2.4 Perbedaan <i>digital marketing</i> dan <i>marketing</i> tradisional | 24 |

| | | |
|----------------|---|-----------|
| 2.3 | <i>Packaging</i> | 25 |
| 2.3.1 | Definisi <i>Packaging</i> | 25 |
| 2.3.2 | Fungsi <i>Packaging</i> pada Produk | 28 |
| 2.4 | Labelisasi Halal | 31 |
| 2.4.1 | Definisi Label | 31 |
| 2.4.2 | Fungsi dan Tujuan Label | 31 |
| 2.4.2.1 | Fungsi Label | 31 |
| 2.4.2.2 | Tujuan Label | 32 |
| 2.4.3 | Jenis-jenis Label | 32 |
| 2.4.4 | Sertifikasi/ Ketetapan Halal MUI | 32 |
| 2.5 | UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) | 33 |
| 2.5.1 | Definisi UMKM | 33 |
| 2.5.2 | Ciri-ciri UMKM | 34 |
| 2.5.3 | Jenis-jenis UMKM | 34 |
| 2.5.4 | Peran UMKM | 35 |
| 2.6 | Keputusan Pembelian | 36 |
| 2.6.1 | Pengertian Keputusan Pembelian | 36 |
| 2.7 | Kerangka Pemikiran | 38 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | 39 |
| 3.1 | Jenis dan Pendekatan Penelitian | 39 |
| 3.2 | Objek dan Subjek Penelitian | 39 |
| 3.3 | Lokasi Penelitian | 39 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel | 40 |
| 3.4.1 | Populasi | 40 |
| 3.4.2 | Sampel | 40 |
| 3.5 | Teknik Pengambilan Sampel | 41 |
| 3.6 | Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data | 41 |
| 3.6.1 | Sumber Data | 41 |
| 3.6.2 | Teknik Pengumpulan Data | 41 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data | 42 |
| 3.7.1 | Conjoint Analysis | 42 |
| 3.7.2 | Batasan dan Definisi Operasional | 45 |

| | | |
|----------------|---|----|
| BAB IV | HASIL PENELITIAN | 46 |
| 4.1 | Demografi dan Karakteristik Responden | 46 |
| 4.2 | Analisis Konjoin (<i>Conjoint Analysis</i>) | 49 |
| 4.2.1 | Perancangan Atribut..... | 49 |
| 4.2.2 | Perancangan Kombinasi Atribut (Stimulus) | 50 |
| 4.2.3 | Perancangan <i>Profile Card</i> | 50 |
| 4.2.4 | Penentuan <i>Data Input</i> | 52 |
| 4.2.5 | Menjalankan Prosedur Konjoin Analisis pada SPSS..... | 52 |
| 4.2.6 | Interpretasi Hasil | 52 |
| 4.2.7 | Uji <i>Predictive Accuracy</i> | 54 |
| 4.3 | Pembahasan | 55 |
| 4.3.1 | Analisis <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 55 |
| 4.3.2 | Analisis <i>Packaging</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 59 |
| 4.3.3 | Analisis Labelisasi Halal terhadap Keputusan Pembelian.. | 67 |
| BAB V | KESIMPULAN | 69 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 69 |
| 5.2 | Saran..... | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 71 |
| LAMPIRAN | | 76 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 2. 1 | Perbedaan SEO dan SEM..... | 23 |
| Tabel 2. 2 | Perbedaan Digital Marketing dan Traditional Marketing | 24 |
| Tabel 3. 1 | Skala Likert | 42 |
| Tabel 3. 2 | Uraian Penjelasan Atribut dan Level/Subatribut..... | 43 |
| Tabel 4. 1 | Demografi dan Karakteristik Responden | 46 |
| Tabel 4. 2 | Atribut dan Subatribut Penelitian..... | 49 |
| Tabel 4. 3 | Kombinasi Atribut (Stimulus)..... | 50 |
| Tabel 4. 4 | Profile Card | 51 |
| Tabel 4. 5 | Hasil Konjoin berupa nilai Utility Estimate | 53 |
| Tabel 4. 6 | Hasil Konjoin berupa nilai Importance Values | 54 |
| Tabel 4. 7 | Hasil Konjoin berupa nilai Pearson's R dan Kendall's tau | 54 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4.1 Kode Analisis Konjoin pada SPSS | 52 |
|--|----|

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian | 76 |
| Lampiran 2 Conjoint Analysis pada SPSS | 79 |