

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING*
MELALUI *MARKETPLACE FACEBOOK* TERHADAP VOLUME
PENJUALAN BUAH DESA BULIAN**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan

Program Sarjana Ekonomi



Oleh

Ni Komang Intan Sritini

NIM 1917041071

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2023

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**



Ni Nyoman Yulianthani, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

Dr. I Neng di Soerthamayasa, S.E., M.Si.
NIP. 198502202010121007

Skripsi oleh Ni komang Intan Sritini
Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 21 Februari 2023

Dewan Penguji,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Dr. I Nengah Suarnarayasa, S.E., M.Si.
NIP. 198502282010121007

(Anggota)



Rahutama Atidira, S.T., M.M.
NIP. 198805032018031001

(Anggota)



Diterima oleh panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada :

Hari : Selasa
Tanggal : 21 Februari 2023



Mengetahui,

Ketua Ujian, Sekretaris Ujian,


Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001


Dr. Komang Krisna Hervanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi


Prof. Dr. Gede Adi Yumarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA
NIP. 197906162002121002


PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan *Social Media Marketing* melalui *Marketplace Facebook* terhadap Volume Penjualan Produk UMKM Pertanian buah di Desa Bulian” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko-sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya tulis saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 15 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,




Ni Komang Intan Sritini
NIM. 1917041071

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk dan *Social Media Marketing* melalui *Marketplace Facebook* terhadap Volume Penjualan Produk Pertanian Buah Desa Bulian**”. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha sekaligus selaku Pembimbing 2.
4. Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, membimbing, dan mengarahkan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang mendidik dan selalu memberi saran selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
7. Kedua orang tua (I Ketut Sukerana dan Ni Cening Darsini), saudara (Yuda), nenek, bibi, paman dan saudara sepupu, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kekasih tercinta Ketut Budi Asa yang selalu memotivasi, memberikan semangat dan menemani penulis selama penyusunan skripsi ini.
9. Linda, Yunisa, Murni, Suastari, Ari, Rian, yang selalu menemani, memotivasi, dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 30 Januari 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Penelitian.....	Manfaat 10
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
2.1 Deskripsi Teoretis.....	12
2.1.1 Deskripsi Volume Penjualan.....	12
2.1.2 Kualitas Produk.....	14
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	17
2.1.4 <i>Marketplace Facebook</i>	20
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	21
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	24
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan.....	24
2.3.2. Hubungan <i>Social Media Marketing</i> terhadap Volume Penjualan.....	25

2.3.3 Hubungan Kualitas Produk dan <i>Social Media Marketing</i> terhadap Volume Penjualan.....	26
2.4 Kerangka Berpikir.....	27
2.5 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.2 Rancangan Penelitian.....	31
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	32
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.5.1 Varibel dan Devinis Operasional Variabel Penelitian.....	34
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	35
3.6 Metode Analisis Data.....	37
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.6.3 Koefisien Determinan (R^2).....	40
3.7 Uji Hipotesis.....	41
BAB IV PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Data.....	43
4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	44
4.2.1 Uji Normalitas.....	44
4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	46
4.2.3 Uji Heterokedastisitas.....	47
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
4.4 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	49
4.5 Pengujian Hipotesis.....	50
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan Buah Desa Bulian.....	50
4.5.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Volume Penjualan buah Desa Bulian.....	50

4.5.3 Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Social Media Marketing</i> terhadap Volume Penjualan buah Desa Bulian.	51
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	52
4.6.1 Pengaruh Pengaruh Kualitas Produk terhadap Volume Penjualan Buah Desa Bulian.	52
4.6.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Volume Penjualan buah Desa Bulian.....	54
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Social Media Marketing</i> terhadap Volume Penjualan buah Desa Bulian.	55
4.7 Keterbatasan Penelitian.....	57
4.8 Implikasi.....	58
 BAB V PENUTUP.....	 60
5.1 Rangkuman	60
5.2 Simpulan	62
5.3 Saran.....	62
 DAFTAR RUJUKAN	 64
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar

Halaman

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Social Media Marketing</i> terhadap Volume Penjualan.....	28
Gambar 4. 1 Grafik Normal <i>P-P Plots of Regression Standardized Residual</i>	45
Gambar 4. 2 Grafik <i>Scatterplots</i>	47



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Penjualan Buah pada Tahun 2018-2022	4
Tabel 1. 2 Observasi Awal Variabel Volume Penjualan.....	5
Tabel 1. 3 Observasi Awal Variabel Kualitas Produk	6
Tabel 1. 4 Observasi Awal Variabel <i>Social Media Marketing</i>	7
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	36
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	37
Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 2 Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia	44
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas dengan <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	45
Tabel 4. 4 Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4. 5 Ringkasan Hasil <i>Output SPSS</i> Analisis Regresi Linier Berganda	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji F <i>Output</i> ANOVA	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	68
Lampiran 2. Deskripsi Umum Responden.....	71
Lampiran 3. Hasil Kuesioner Pernyataan Responden Variabel Kualitas Produk , <i>Social Media Marketing</i> dan Volume Penjualan.	72
Lampiran 4. Hasil Output Perhitungan SPSS 25 For Windows Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk, <i>Social Media Marketing</i> , dan Volume Penjualan.	80
Lampiran 5. Hasil Output Perhitungan SPSS 25 For Windows Uji Asumsi Klasik Variabel Kualias Produk, <i>Social Media Marketing</i> , dan Volume Penjualan.	83
Lampiran 6. Hasil Output Perhitungan SPSS 25 For Windows Uji Regresi Liner Berganda, Koefisien Determinasi (R ²), Uji Hipotesis Variabel Kualitas Produk, <i>Social Media Marketing</i> , Volume Penjualan.	85

