

**PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI
(TIK) DAN LAYANAN LOGISTIK DALAM PENINGKATAN
KINERJA *DIGITAL MARKETING* PADA DAGANG GROUP
INDONESIA**

SKRIPSI

**Karya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sains
Terapan**

Universitas Logistik dan Bisnis Internasional

Oleh

BEBY RIZKI ADINDA

NPM: 6194004



Universitas Logistik & Bisnis Internasional

**Program Studi Sarjana Terapan Logistik Bisnis
UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) DAN LAYANAN LOGISTIK DALAM PENINGKATAN KINERJA *DIGITAL* MARKETING PADA DAGANG GROUP INDONESIA

Oleh

BEBY RIZKI ADINDA

NPM: 6194004

Bandung, 5 September 2023

Disetujui Oleh

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

**(Dr. Ir. Agus Purnomo, M.T.)
NIK : 118 64 237**

**(Dr. Erna Mulyati, ST., MT.)
NIK. 109 75 128**

**KETUA PROGRAM STUDI SARJANA
TERAPAN LOGISTIK BISNIS**

**(Amri Yanuar, S.T., M.MOT)
NIK : 116 86 207**

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah Rabbil Aalamin, sujud serta syukur kepada Allah SWT.
Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran
sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.*

*Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan
berusaha selama ini. Terimakasih atas kerja kerasnya. Mari tetap berdoa dan
berusaha serta jangan menyerah untuk kedepannya.*

*Halaman persembahan ini juga ditujukan sebagai ungkapan terimakasih kepada
kedua orang tua saya Bapak Misrawi dan Ibu Hartini serta Kakak saya Febriana
Anindyka yang telah mendoakan dan memberikan dukungan penuh selama
perjuangan menempuh pendidikan.*

*Terimakasih banyak untuk semuanya yang telah mendukung dan meyemangati
dalam perjuangan ini.*

∴

*"God has a special timing: Never early, Never late. It takes a little patience and
faith, but it's worth the wait" -Anonymous-*

*"You can bind my body, tie my hands, govern my actions: you are the strongest,
and society adds to your power; but with my **will**, sir, you can do nothing."*

-George Sand-

ABSTRAK

PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) DAN LAYANAN LOGISTIK DALAM PENINGKATAN KINERJA *DIGITAL* MARKETING PADA DAGANG GROUP INDONESIA

BEBY RIZKI ADINDA

6194004

Studi ini mempelajari dampak penggunaan teknologi informasi bersama layanan logistik terhadap kinerja pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan bersifat deskriptif. Sampel penelitian terdiri dari 64 karyawan yang bekerja di sebuah agensi pemasaran digital. Proses analisis data melibatkan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian yang digunakan valid dan dapat diandalkan. Selanjutnya, penelitian menguji asumsi klasik, termasuk uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Analisis data dilanjutkan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel dan terakhir adalah menguji hipotesis dengan uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi. Analisis dilakukan dengan rinci dan detail berdasarkan pengolahan data menggunakan SPSS versi 23. Hasil penelitian sekaligus menjadi kesimpulan penelitian adalah Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Pemasaran Digital. Layanan Logistik berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kinerja Pemasaran Digital. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dan Layanan Logistik secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Pemasaran Digital. Variabel kontribusi bebas terdiri dari teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan layanan logistik sebesar 5,8% dan sisanya sebesar 94,2 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), Layanan Logistik, Kinerja Digital Marketing

ABSTRACT

PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) DAN LAYANAN LOGISTIK DALAM PENINGKATAN KINERJA *DIGITAL* *MARKETING* PADA DAGANG GROUP INDONESIA

BEBY RIZKI ADINDA

6194004

This study examines the impact of using information technology together with logistics services on marketing performance. This research uses a survey method with a quantitative and descriptive approach. The research sample consisted of 64 employees who worked at a digital marketing agency. The data analysis process involves validity and reliability tests to ensure the research instruments used are valid and reliable. Next, the research tested classical assumptions, including the normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. Data analysis was continued by using multiple linear regression to measure the relationship between variables and finally testing the hypothesis with the t test, f test, and the coefficient of determination test. The analysis was carried out in detail and in detail based on data processing using SPSS version 23. The results of the research as well as the conclusions of the research are that Information and Communication Technology (ICT) has a positive and significant effect on Digital Marketing Performance. Logistics Services have a positive but not significant effect on Digital Marketing Performance. Information and Communication Technology (ICT) and Logistics Services simultaneously do not have a significant effect on Digital Marketing Performance. The independent variable contribution consists of information and communication technology (ICT) and logistics services by 5.8% and the remaining 94.2% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: Information and Communication Technology (ICT), Logistics Services, Digital Marketing Performance

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan senantiasa penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa karena dengan nikmat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi. Segala hambatan dan kesulitan dalam penyusunan usulan penelitian ini tidak akan terlewat dengan baik dan lancar tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik secara material maupun spiritual dan secara langsung maupun tidak langsung. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Agus Purnomo, M.T. selaku Rektor Universitas Logistik dan Bisnis Internasional sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan laporan skripsi ini.
2. Dr. Erna Mulyati, ST., MT. selaku Dosen Pembimbing II saya yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan laporan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Logistik Bisnis dan staff Universitas Logistik dan Bisnis Internasional yang telah membantu memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan serta motivasi kepada penulis.
4. Program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka dan ATT Group yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan kegiatan *internship* II di ATT Group tepatnya di PT Digital Etalase Indonesia.
5. Kepada kedua orang tua saya, Ibu Hartini dan Bapak Misrawi serta Kakak saya Febriana yang selalu memotivasi dan mendukung penulis dalam menyelesaikan kegiatan dan laporan laporan skripsi
6. Untuk Ike, Rachel, dan Teh Puspo yang selalu mendukung saya dan berbagi informasi mengenai laporan skripsi.
7. Seluruh pihak-pihak yang telah banyak membantu dan memotivasi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis mengharap kritik dan saran dari pembaca sehingga laporan skripsi ini dapat disempurnakan. Penulis berharap laporan laporan

skripsi ini dapat dapat menambah pengetahuan tentang perusahaan yang bergerak di bidang Jasa *digital marketing*, dan semoga laporan skripsi ini dapat dipahami bagi siapa saja yang membacanya.

Bandung, 25 Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
1.1 Latar Belakang	I-1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-9
1.3 Tujuan Penelitian	I-9
1.4 Manfaat Penelitian	I-10
1.5 Batasan dan Asumsi Penelitian	I-10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	II-1
2.1 Kajian Pustaka.....	II-1
2.2 Kerangka Pemikiran.....	II-18
2.3 Kerangka Konseptual	II-19
2.4 Hipotesis Penelitian.....	II-19
BAB III METODE PENELITIAN	III-1
3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	III-1
3.2 Metode Penelitian.....	III-4
3.3 Desain dan Jenis Penelitian.....	III-4
3.4 Populasi dan Sampel	III-5
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	III-6
3.5 Teknik Analisis Data.....	III-8
3.6 Metode Upaya Perbaikan	III-13
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	IV-1

4.1	Pengumpulan Data dan Pengolahan Data	IV-1
4.2	Analisis dan Pembahasan	IV-26
4.3	Upaya Perbaikan	IV-34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		V-1
5.1	Kesimpulan	V-1
5.2	Saran.....	V-2
DAFTAR PUSTAKA		ix
LAMPIRAN.....		ix

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia	I-1
Gambar 1.2 Data Penjualan Produk Alat Lukis Klien di Website.....	I-4
Gambar 1.3 Data Penjualan Produk Alat Lukis Klien di Shopee	I-4
Gambar 1.4 Data Penjualan Produk Alat Lukis Klien di Tokopedia.....	I-5
Gambar 2.1 Simplifikasi Model <i>Supply Chain</i> dan 3 Macam Aliran yang Dikelola	II-1
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	II-18
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual	II-19
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Metode Penelitian	III-1
Gambar 4.1 Logo Dagang Group Indonesia	IV-3
Gambar 4.2 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	IV-5
Gambar 4.3 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	IV-6
Gambar 4.4 <i>Pie Chart</i> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	IV-7
Gambar 4.5 <i>Pie Chart</i> Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Variabel X1..	IV-10
Gambar 4.6 <i>Pie Chart</i> Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Variabel X2..	IV-13
Gambar 4.7 <i>Pie Chart</i> Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Variabel Y....	IV-15
Gambar 4.8 Grafik Scatterplot	IV-21
Gambar 4.9 Diagram <i>Fishbone Order Discrepancy Handling</i> (Penanganan Masalah).....	IV-36

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Cakupan kegiatan SCM	II-2
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	II-15
Tabel 3.1 Skala Likert	III-7
Tabel 3.2 Variabel dan Indikator Penelitian	III-7
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	IV-5
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	IV-6
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	IV-7
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel X1	IV-8
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel X2	IV-11
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Y	IV-13
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	IV-16
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	IV-18
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	IV-19
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	IV-20
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi linier Berganda	IV-22
Tabel 4.12 Hasil Uji T (Parsial)	IV-24
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan).....	IV-25
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	IV-26
Tabel 4.15 Hasil Tanggapan Responden Indikator Variabel X2	IV-34
Tabel 4.16 Analisis Akar Masalah <i>Order Discrepancy Handling</i> (Penanganan Masalah).....	IV-37
Tabel 4.17 Analisis Perbaikan <i>Order Discrepancy Handling</i> (Penanganan Masalah) 5W+1H.....	IV-38

DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG

SINGKATAN	Nama Pemakaian	Pertama kali pada halaman
TIK	Teknologi Informasi dan Komunikasi	I-6
ICT	<i>Information Communication And Technology</i>	II-11
LSQ	<i>Logistics Service Quality</i>	II-13
SCM	<i>Supply Chain Management</i>	II-1

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	1
Lampiran 2 Data Penjualan Produk Alat Lukis	4
Lampiran 3 Kuesioner Pengambilan Data Penelitian	6
Lampiran 4 Responden Penelitian	11
Lampiran 5 Data Ordinal Kuesioner Penelitian	14
Lampiran 6 Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilitas	22
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	30
Lampiran 8 Uji Regresi Linier Berganda.....	32