

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* MELALUI WHATSAPP
TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN PADA UMKM
REMPEYEK MAMA HAMZAH DI DESA HALONG
KABUPATEN TABALONG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana



Oleh

Ardania Uswah

NIM. 222632111278

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI TABALONG**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

Pengaruh Digital Marketing Melalui WhatsApp Terhadap
Minat Beli Pelanggan UMKM Rempeyek Mama Hamzah Di Desa
Halong Kabupaten Tabalong

Oleh : Ardania Uswah

NIM : 222632111278

Tanjung,.....2026

.....

Shinta Avriyanti S.E., M.AB.

PEMBIMBING

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* MELALUI WHATSAPP
TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN PADA UMKM
REMPEYEK MAMA HAMZAH DI DESA HALONG KABUPATEN

TABALONG

- A. Nama Mahasiswa : Ardania Uswah
NIM : 222632111278
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
- B. Disetujui oleh
- Pembimbing : Shinta Avriyanti S.E., M.AB. (.....)
NIDN. 1101048703
- Penguji I : Nadi Fikri Rijali, S.AB., M.A.B. (.....)
NIDN. 1108118803
- Penguji II : Jamiah, S.AB., M.A.B. (.....)
NIDN. 1127088904
- C. Dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~ dalam mempertahankan ujian skripsi
Pada tingkat Strata Satu (S-1) pada tanggal 18 April 2026.

Mengetahui,
Ketua STIA Tabalong

Tanjung, 25 April 2026
Ketua Prodi Ilmu Administrasi Niaga

Hj. Rahmi Hayati, S.Sos., M.AP.
NIK. 005.057.012

Shinta Avriyanti, S.E., M.AB.
NIK. 005.057.058

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, atas segala berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, kekuatan, kesabaran, dan kesempatan kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan Skripsi ini. Akan tetapi sesungguhnya peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penyusunan Skripsi ini tidak dapat berjalan dengan baik. Hingga selesainya penulisan Skripsi ini telah banyak menerima bantuan waktu, tenaga dan pikiran dari banyak pihak. Sehubungan dengan itu, maka pada kesempatan ini perkenankanlah peneliti menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Hj. Rahmi Hayati S.Sos., M.A.P. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong.
2. Ibu Shinta Avriyanti S.E., M.AB. selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga serta selaku Dosen Pembimbing dalam pembuatan skripsi, yang selalu memberikan bimbingan serta saran yang berharga sehingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Nadi Fikri Rijali, S.A.B., M.A.B, selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan arahan sangat baik, bijaksana serta solusi dan masukan yang sangat membangun.
4. Ibu Jamiah, S.AB., M.A.B, selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan dengan sangat baik, solusi, masukan yang sangat membangun dan nasehat yang telah diberikan.
5. Siti Munafiah, selaku owner UMKM Rempeyek Mama Hamzah Tabalong

yang ramah dan baik hati sudah bersedia meluangkan waktu, memberikan izin, memberikan ilmu, dan menyediakan tempat yang nyaman bagi penulis untuk melakukan penelitian.

6. Kedua orang tua saya Ayahanda tercinta Muhammad Edwar dan Ibunda tercinta Isnawati telah menjadi orang tua yang sangat luar biasa untuk saya yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan uang untuk membiayai saya dari awal Sekolah Dasar (SD) sampai ke Perguruan Tinggi, selalu mendukung, selalu mendoakan, memberikan motivasi untuk mengerjakan dan menyelesaikan Skripsi ini.
7. Untuk teman-teman seperjuangan yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk sama-sama menyelesaikan Skripsi ini.

Semoga Allah SWT, memberikan balasan dengan segala kebaikan dunia dan akhirat dan kebaikan semua pihak yang telah diberikan kepada peneliti. Harapan peneliti semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidak sempurnaan didalam penelitian Skripsi ini. Untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk menyempurnakan dimasa yang akan datang. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak atas perhatian dan pemberian semangat selama proses penyelesaian Skripsi.

Tanjung, 10 April 2026

Ardania Uswah

NIM. 222632111278

RINGKASAN

Ardania Uswah, NIM 222632111278. Program Strata 1 Ilmu Administrasi Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Tabalong, 2026. Pengaruh Digital Marketing Melalui WhatsApp Terhadap Minat Beli Pelanggan pada UMKM Rempeyek Mama Hamzah di Desa Halong Kabupaten Tabalong. Dosen Pembimbing Shinta Avriyanti S.E., M.AB.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi informasi yang mendorong perubahan strategi pemasaran dari konvensional menjadi digital. Salah satu media digital yang banyak dimanfaatkan oleh pelaku UMKM adalah WhatsApp, karena kemudahan, kecepatan, serta biaya yang relatif rendah. Namun demikian, meskipun UMKM Rempeyek Mama Hamzah telah memanfaatkan WhatsApp sebagai media promosi, masih terdapat kendala dalam menjaga dan meningkatkan minat beli konsumen di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan mengenai efektivitas digital marketing melalui WhatsApp terhadap minat beli konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh digital marketing melalui WhatsApp terhadap minat beli konsumen serta untuk mengetahui besarnya pengaruh tersebut pada UMKM Rempeyek Mama Hamzah di Desa Halong Kabupaten Tabalong.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berjumlah 946 kontak WhatsApp, dengan jumlah sampel sebanyak 91 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing melalui WhatsApp memiliki pengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji hipotesis yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel digital marketing dan minat beli konsumen. Selain itu, hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel digital marketing memberikan kontribusi terhadap minat beli konsumen, meskipun masih terdapat faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi.

Adapun rekomendasi yang dapat diberikan adalah pelaku UMKM disarankan untuk mengoptimalkan penggunaan WhatsApp sebagai media pemasaran dengan meningkatkan kualitas konten promosi dan pelayanan kepada pelanggan. Selain itu pelaku usaha juga perlu memperhatikan kualitas produk. Peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain agar hasil lebih penelitian lebih komprehensif.

Kata kunci: Digital Marketing, WhatsApp, Minat Beli.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala kemampuan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi tentang paragraf dan wacana. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana. Skripsi ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembacanya. Saya tahu bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga kami mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari para pembaca guna perbaikan skripsi ini.

Tanjung, 10 Januari 2026

Ardania Uswah

NIM. 222632111278

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
RINGKASAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Kerangka Teori.....	15
C. Kerangka Konseptual.....	36
D. Hipotesis.....	36

BAB III METODE PENELITIAN.....	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
B. Lokasi Penelitian.....	37
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Definisi Operasional Variabel.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Teknik Analisis Data.....	42
G. Waktu Penelitian.....	49
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 51
A. Deskripsi Data.....	51
B. Hasil Penelitian.....	52
C. Pembahasan.....	70
 BAB V PENUTUP.....	 76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual.....	36
4.1	Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot.....	65

DAFTAR TABEL

No. Judul Tabel	Halaman
3.1 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.2 Skala Likert.....	42
3.3 Interpretasi Koefisien Determinasi.....	49
4.1 Jenis Kelamin Responden.....	53
4.2 Usia Responden.....	54
4.3 Alamat Responden.....	54
4.4 Statistik Deskriptif <i>Digital Marketing</i> (X).....	56
4.5 Statistik Deskriptif Minat Beli (Y).....	57
4.6 Deskriptif Frekuensi <i>Digital Marketing</i> (X).....	59
4.7 Deskriptif Frekuensi Minat Beli (Y).....	60
4.8 Hasil Uji Validitas <i>Digital Marketing</i> (X).....	62
4.9 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	63
4.10 Hasil Uji Reliabilitas <i>Digital Marketing</i> (X).....	64
4.11 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y).....	64
4.12 Hasil Uji Normalitas.....	66
4.13 Hasil Uji t.....	67
4.14 Hasil Regresi Linier Sederhana.....	68
4.15 Koefisien Determinasi (R^2).....	70

DAFTAR LAMPIRAN

No. Judul Lampiran

1. Data Tabulasi Responden
2. Hasil Karakteristik Responden
3. Hasil Statistik Deskriptif
4. Hasil Uji Validitas
- 5 Hasil Uji Reliabilitas
6. Hasil Uji Normalitas
7. Hasil Uji Hipotesis (Uji t) dan Uji Regresi Linier Sederhana
8. Hasil Uji Koefisien Determinasi
9. Tabel R (Koefisien Korelasi Sederhana)
10. Titik Persentase Distribusi t
11. Koesioner Penelitian
12. Foto Penelitian