



**PENGARUH PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK COKLAT SIKKA DI
KABUPATEN SIKKA**

S K R I P S I

Diajukan kepada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero

untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat

guna memperoleh gelar Sarjana Bisnis

Program Studi

Kewirausahaan

Oleh

MARIA APRILIANY VERASITA MAHU

NPM: 22942020012

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS TEKNOLOGI KREATIF

INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO

2026

HALAMAN PENERIMAAN JUDUL

1. NAMA : MARIA APRILIANY VERASITA MAHU
2. NIM : 22942020012
3. JUDUL : PENGARUH PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN
DIGITAL TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK COKLAT
SIKKA DI KABUPATEN SIKKA
4. TANGGAL DITERIMA : 16 April 2026
5. MENGESAHKAN : 22 Mei 2026

Dosen Pembimbing



Valentin R.G. Bella Adur, S.E., M.M.

Dekan Fakultas
Teknologi Kreatif



Dr. Petrus Dori

Ketua Program Studi
Kewirausahaan



Kristianto R. M. Nabes, S. Fil., M.A.

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero
dan diterima untuk memenuhi sebagian
dari syarat-syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Bisnis
Program Studi
Kewirausahaan

Pada Tanggal
23 Mei 2026

Mengesahkan

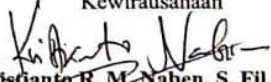
INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO

Dewan Penguji

1. Penguji I : Albrik Hendra Dasmin Dakal, S.E., M.M. : 
2. Penguji II : Valentin R.G.Bella Adur, S.E., M.M. : 


Dekan Fakultas
Teknologi Kreatif

Dr. Petrus Dori

Ketua Program Studi
Kewirausahaan

Kristianto R. M. Nabon, S. Fil., M.A.



YAYASAN PERSEKOLAHAN SANTO PAULUS ENDE
INSTITUT FILSAFAT DAN TEKNOLOGI KREATIF LEDALERO

Maumere 86152 - Flores - NTT

No.Telp/Fax : (0382) 242 6535, Email : official@iftkledalero.ac.id, Web: iftkledalero.ac.id

BERITA ACARA

Pada hari ini, Sabtu 23 Mei 2026 telah diselenggarakan Ujian Skripsi bertempat di Kampus Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif (IFTK) Ledalero dan dinyatakan:

LULUS / ~~TIDAK LULUS~~

Nama : MARIA APRILIANY VERASITA MAHU
N I M : 22942020012
Program Studi : Kewirausahaan
P T S : IFTK Ledalero
Judul Skripsi : Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Coklat Sikka di Kabupaten Sikka.

Dewan Penguji

1. Pembimbing : Valentin R.G.Bella Adur, S.E., M.M.
2. Penguji I : Albrik Hendra Dasmin Dakal, S.E., M.M.
3. Penguji II : Eugenius Besli S.Ak., M.Ak.


.....

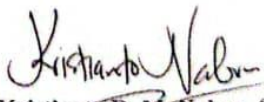
.....

.....

Mengetahui

Rektor IFTK Ledalero

Prof. Dr. Otto Gusti Ndegong Madung

Ketua Prodi Kewirausahaan

Kristianto R. M. Nabon, S. Fil., M.A.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Maria Apriliany Verasita Mahu

NIM : 22942020012

Judul skripsi : Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Coklat Sikka Di Kabupaten Sikka;

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana, baik di Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero maupun di perguruan tinggi lainnya.

Skripsi ini sepenuhnya merupakan hasil pemikiran, perumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali bimbingan dari Dosen Pembimbing. Selain itu, dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan sebelumnya, kecuali yang secara jelas dicantumkan sebagai referensi dalam teks serta dituliskan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya penyimpangan atau ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Maukere, 15 Mei 2024

pernyataan,



10000
METERAI TEMPEL
163C3ANX277838058

Maria Apriliany V. Mahu
NIM.22942020012

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Apriliany Verasita Mahu
NIM : 22942020012
Prodi : Kewirausahaan
Jenis Pendidikan : STRATA 1 (S1)
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*)** atas skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Coklat Sikka di Kabupaten Sikka.”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Maumere, 15 Mei 2026
pernyataan,

Maria Apriliany V. Mahu
NIM.22942020012

MOTTO

“Bukan tentang sempurna, tapi tentang proses yang tak kenal menyerah.”

**“Tidak perlu membandingkan dirimu dengan orang lain. Jadilah diri sendiri
dengan versi terbaik dan tumbuhlah jauh lebih indah”**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, karya sederhana ini dipersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapa Bertolomeus Mahu dan Mama Theresia Erlina Daimun yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti dalam setiap proses kehidupan dan pendidikan. Terima kasih atas semangat dan kepercayaan yang selalu diberikan sehingga mampu menyelesaikan pendidikan ini.
2. Kepada kakak dan adik-adikku, Theodora Septi Placidia Mahu, Conradus Kenny Pratama Mahu dan Ignasius Yohendro Mahu. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, terima kasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis.
3. Kepada oma tercinta, oma Kornelia Hadiah. Terima kasih atas doa, perhatian, kasih sayang, serta nasihat yang selalu menjadi sumber kekuatan dan semangat dalam menyelesaikan pendidikan ini.
4. Kepada Keluarga besar terima kasih selalu memberikan motivasi, perhatian, dukungan, semangat dan doa kepada penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
5. Kepada Sahabatku tercinta, Maria Beatriks Purnama Lume Wuwur dan Yohan Selvina Wanda yang selalu hadir memberikan bantuan, semangat, serta kebersamaan selama menjalani proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
6. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, yaitu pemilik nama Yoseph Nolitimere Weldens terima kasih telah berjuang bersama penulis selama penyusunan skripsi dalam kondisi apapun, telah menjadi support sistem dan mendengarkan keluh kesah penulis, berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

ABSTRAK

Maria Apriliany Verasita Mahu, 22942020012, **Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Coklat Sikka Di Kabupaten Sikka**. Skripsi. Program Studi Kewirausahaan, Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah strategi pemasaran digital berpengaruh terhadap keinginan beli konsumen pada produk Coklat Sikka di Kabupaten Sikka, serta seberapa besar pengaruh tersebut. Kemajuan teknologi digital, terutama media sosial dan internet, kini mendorong pelaku usaha untuk beralih ke metode pemasaran yang lebih efisien dan menjangkau konsumen lebih luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden yang dipilih secara incidental sampling. Seluruh responden adalah konsumen yang pernah melihat atau membeli produk Coklat Sikka di wilayah Kabupaten Sikka. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, serta koefisien determinasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa penerapan pemasaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Nilai t hitung sebesar 11,402 jauh melampaui t tabel (1,661), dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 14,089 + 0,482 X$, artinya setiap kenaikan satu satuan pada pemasaran digital akan meningkatkan minat beli sebesar 0,482 satuan. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,580 atau 58% menunjukkan bahwa pemasaran digital mampu menjelaskan 58% variasi minat beli konsumen, sementara 42% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Kesimpulannya, strategi pemasaran digital memiliki peran penting dalam mendorong minat beli. Pelaku usaha disarankan untuk terus mengoptimalkan pemasaran digital baik melalui konten menarik, interaksi aktif, maupun promosi online agar produk Coklat Sikka semakin dikenal dan diminati.

Kata kunci: pemasaran digital, minat beli konsumen, Coklat Sikka, regresi linear

ABSTRACT

Maria Aprilianny Verasita Mahu, 22942020012, **The Influence of Implementing Digital Marketing Strategies on Consumer Purchase Interest of Sikka Chocolate Products in Sikka Regency**. Thesis. Entrepreneurship Study Program, Ledalero Institute of Philosophy and Creative Technology, 2026.

This study aims to determine whether digital marketing strategies influence consumer purchase intention for Sikka Chocolate products in Sikka Regency, and to what extent. Advances in digital technology, particularly social media and the internet, are now encouraging businesses to shift to more efficient marketing methods and reach a wider consumer base. This study used a quantitative approach by distributing questionnaires to 96 respondents selected through incidental sampling. All respondents were consumers who had seen or purchased Sikka Chocolate products in Sikka Regency. Data analysis was conducted using validity and reliability tests, simple linear regression analysis, t-tests, and the coefficient of determination. The test results indicate that the implementation of digital marketing has a positive and significant effect on consumer purchase intention. The calculated t-value of 11.402 far exceeds the t-table (1.661), with a significance level of 0.000 (<0.05). The resulting regression equation is $Y = 14.089 + 0.482X$, meaning that every one-unit increase in digital marketing will increase purchase intention by 0.482 units. The coefficient of determination (R^2) of 0.580, or 58%, indicates that digital marketing explains 58% of the variation in consumer purchasing intention, while the remaining 42% is influenced by factors outside the study. In conclusion, digital marketing strategies play a crucial role in driving purchasing intention. Businesses are advised to continue optimizing digital marketing through engaging content, active interactions, and online promotions to increase awareness and demand for Sikka Chocolate products.

Keywords: digital marketing, consumer purchasing intention, Sikka Chocolate, linear regression

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *"Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Digital terhadap Minat Beli Konsumen Produk Coklat Sikka di Kabupaten Sikka"* dengan baik.

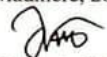
Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero. Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa terdapat berbagai kendala dan tantangan yang dihadapi. Namun, berkat dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan.

Sehubungan dengan hal tersebut, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Institut Filsafat Teknologi Kreatif Ledalero, Prof. Dr. Otto Gusti Ndegong Madung dan beserta seluruh jajarannya
2. Bapak Dr. Petrus Dori selaku Dekan Fakultas Teknologi Kreatif atas segala dukungan dan fasilitas yang telah diberikan.
3. Bapak Kristianto R.M. Nabon, S. Fil., M.A selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan terima kasih atas dukung selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Valentine R. G. Bella Adur, S.E.,M.M selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan serta arahan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi tambahan pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran

Maumere, 2026


Maria A. V. Mahu

DAFTAR ISI

HALAMAN PENERIMAAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
a. Manfaat Teoritis.....	7
b. Manfaat Praktis	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Pemasaran Digital.....	15
2.1.3 Minat Beli	24
2.2 Penelitian Terdahulu	30

2.3	Pengembangan Hipotesis	33
2.4	Kerangka Pikir Penelitian	34
BAB III		35
METODE PENELITIAN		35
3.1	Sifat Penelitian	35
3.2	Definisi Operasional Dan Indikator Variabel Penelitian	35
3.2.1	Definisi Operasional Variabel	35
3.2.2	Variabel Penelitian	36
3.3	Populasi Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	37
3.3.1	Populasi	37
3.3.2	Sampel	37
3.4	Sumber dan Metode Pengumpulan Data	39
3.4.1	Sumber Data	39
3.4.2	Metode Pengumpulan Data	39
3.5	Tempat dan Waktu Pengambilan Data	41
3.5.1	Tempat Pengambilan Data	41
3.5.2	Waktu Pengambilan Data	41
3.6	Pengembangan Instrumen Penelitian	41
3.7	Uji Kualitas Data	45
3.7.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.8	Teknik Analisis Data	46
3.8.1	Analisis Deskriptif	46
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	48
3.8.3	Uji Statistik	49
3.8.4	Uji Hipotesis	50
3.8.5	Koefisien Diterminasi (R^2)	52
BAB IV		53
HASIL DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Gambaran Umum Penelitian	53
4.1.1	Gambaran Umum Responden	53
4.2	Analisis Data	56

4.2.1 Uji Kualitas Data.....	56
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3 Analisis Deskriptif.....	62
4.4 Analisis Regres Linear Sederhana.....	64
4.4 Uji Hipotesis	65
4.4.1 Uji Persial (uji t).....	65
4.4.2 Uji F.....	66
4.4.3 Koefisien Determinasi	67
4.5 Pembahasan.....	68
BAB V	71
PENUTUP.....	71
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	77