

# **SKRIPSI**

## **PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *E-COMMERCE* TERHADAP *BUSINESS SUSTAINABILITY* PADA PELAKU BISNIS *ONLINE* DI KOTA BANJARMASIN**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)  
pada Program Studi Administrasi Bisnis**

**Oleh:**

**PUTRI AMALIA DASWARA**

**2010412220003**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
BANJARMASIN  
2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**


**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN E-COMMERCE  
TERHADAP BUSINESS SUSTAINABILITY PADA PELAKU BISNIS ONLINE  
DI KOTA BANJARMASIN**

- A. Nama Mahasiswa : Putri Amalia Daswara  
NIM : 2010412220003
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat

C. Tim Penguji:

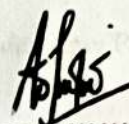
a. Pembimbing

Noor Hidayati, S.Sos, M.AB  
NIP. 197805242006042001

(..........)


b. Penguji I

Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si  
NIP. 199211262019032026

(..........)

c. Penguji II

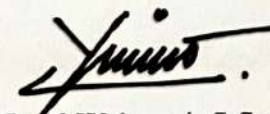
Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB  
NIP. 197604132000121002

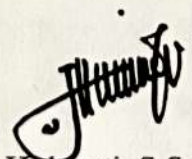
(..........)

Banjarmasin, Juli 2024

Koordinator Program Studi  
Administrasi Bisnis


Ketua Pembimbing

  
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
NIP. 197511052001122001

  
Noor Hidayati, S.Sos, M.AB  
NIP. 197805242006042001

Mengetahui,  
DEKAN FISIP ULM



  
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos., M.Si  
NIP. 197301221998021001

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing* dan *E-Commerce* Terhadap *Business Sustainability* Pada Pelaku Bisnis *Online* di Kota Banjarmasin” sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos., M.AB selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin serta selaku Dosen Pembimbing Skripsi

yang telah meluangkan waktunya dan memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Ibu Novia Nour Halisa, S.Si., M.Si selaku Dosen Penguji 1 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku Dosen Penguji 2 yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah memberikan ilmu pengetahuan hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Dan seluruh pihak yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, 16 Juli 2024  
Penulis,

**Putri Amalia Daswara**  
NIM: 2010412220003

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan kepada kedua orang tua saya, terutama untuk pintu surgaku, ibu Susy Ekwara Sultiani serta seorang Ayah paling hebat di dunia, Bapak Dadang Rayamanta (Alm). Terimakasih sebesar-besarnya atas doa, motivasi dan semangat yang telah diberikan kepada saya. Teruntuk kakak saya, Rizky Darma Daswara, terimakasih telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.

Teruntuk sahabat seperjuangan, Puput, Indy, Gete, Helda, Adeh, Dewi, Iwi, Zahra, dan Nabila yang juga selalu memberikan dukungan dan semangat baik di awal menjalani perkuliahan hingga sampai dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena sudah bertahan sampai sejauh ini dan tidak memilih menyerah saat masa-masa sulit.

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain terdapat dalam karya tulis ini telah disitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 16 Juli 2024  
Yang membuat pernyataan,

**Putri Amalia Daswara**  
NIM: 2010412220003

## ABSTRAK

Putri Amalia Daswara, 2010412220003, 2024. Pengaruh *Digital Marketing* dan *E-Commerce* Terhadap *Business Sustainability* Pada Pelaku Bisnis *Online* Di Kota Banjarmasin, Di bawah bimbingan Ibu Noor Hidayati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial maupun simultan *Digital Marketing* dan *E-Commerce* Terhadap *Business Sustainability* Pada Pelaku Bisnis *Online* Di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, lokasi penelitian di Kota Banjarmasin. Populasi penelitian ini pelaku bisnis berbasis *online* di Kota Banjarmasin. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling-accidental sampling* dengan besar sampel sebanyak 120 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan alat bantu SPSS Versi 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan dan membuktikan bahwa *Digital Marketing* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Business Sustainability*, dan *E-Commerce* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Business Sustainability*. *Digital Marketing* dan *E-Commerce* juga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *Business Sustainability*.

**Kata Kunci:** *Digital Marketing, E-Commerce, Business Sustainability*

## **ABSTRACT**

*Putri Amalia Daswara, 2010412220003, 2024. The Influence of Digital Marketing and E-Commerce on Business Sustainability Among Online Business People in Banjarmasin City, Under the guidance of Mrs. Noor Hidayati.*

*This research aims to determine and test the significant partial or simultaneous influence of Digital Marketing and E-Commerce on Business Sustainability among Online Business Actors in the City of Banjarmasin.*

*This research uses a quantitative approach, the research location is in Banjarmasin City. The population in this study are online-based business people in Banjarmasin City. The sampling technique used was non-probability sampling-accidental sampling with a sample size of 120 respondents. Data collection used a questionnaire, data analysis techniques used Multiple Linear Regression Analysis with SPSS Version 24 tools.*

*The results of this research show and prove that Digital Marketing has a partially significant effect on Business Sustainability, and E-Commerce has a partially significant effect on Business Sustainability. Digital Marketing and E-Commerce also simultaneously have a significant influence on Business Sustainability.*

**Keywords:** *Digital Marketing, E-Commerce, Business Sustainability*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PERSEMBAHAN .....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	17
2.1 Landasan Teoritis .....	17
2.1.1 Pemasaran .....	17
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	19
2.1.3 <i>Bisnis Online</i> .....	21
2.1.4 <i>Business Sustainability</i> .....	25
2.1.5 <i>Digital Marketing</i> .....	31
2.1.6 <i>E-Commerce</i> .....	39
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	45
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....	50
2.3.1 Hipotesis Penelitian .....	50
2.3.2 Model Penelitian .....	55
BAB III METODE PENELITIAN.....	56
3.1 Pendekatan Penelitian .....	56
3.2 Desain Penelitian.....	56
3.3 Lokasi Penelitian.....	57
3.4 Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Sampling.....	57
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	59
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	65
3.7 Teknik Analisis Data .....	66
3.7.1 Skala Pengukuran.....	66
3.7.2 Deskriptik Statistik.....	66
3.7.3 Uji Validitas & Reliabilitas .....	67
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	69
3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
3.7.6 Alat Uji Hipotesis.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	75
4.1 Profil Responden.....	75
4.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	80
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1).....	81



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Indeks Ketertarikan Publik Terhadap Tren Bisnis <i>Online</i> Pada Kota di Provinsi Kalimantan Selatan.....	4
Tabel 1.2 Persentase Volume Transaksi <i>E-Commerce</i> dan <i>Non E-Commerce</i> Berdasarkan Provinsi di Pulau Kalimantan Tahun 2023 .....	12
Tabel 2.1 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu .....	45
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	63
Tabel 3.2 Instrumen Skali Likert.....	66
Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden .....	67
Tabel 3.4 Interpretasi Koefisien Determinasi.....	74
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Platform E-Commerce</i> .....	75
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	78
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	79
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	80
Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1).....	81
Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel <i>E-Commerce</i> (X2).....	83
Tabel 4.9 Jawaban Responden Variabel <i>Business Sustainability</i> (Y).....	86
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas .....	90
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	92
Tabel 4.12 Hasil Uji Komolgorov Smirnov .....	95
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas .....	97
Tabel 4.14 Hasil Regresi Linear Berganda.....	97
Tabel 4.15 Hasil Statistik Secara Parsial (Uji-t).....	99
Tabel 4.16 Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F) .....	101
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Persentase Pertumbuhan <i>Digital Marketing</i> di Dunia Tahun 2022 ...	10
Gambar 1.3 Jumlah Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	11
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	55
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	93
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	94
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	96
Gambar 5.1 Model Akhir Penelitian .....	112