

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Volume Penjualan dengan Sosial Media Whatsapp Sebagai Variabel Intervening di Toko Shoffana_Gallery Hijab**” ini di tulis oleh Widi Lesmono, NIM 1742143302 jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), IAIN Tulungagung dengan pembimbing Dr. Agus Eko Sujianto, SE., MM.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh pengguna internet yang semakin meningkat memberikan kesempatan yang besar kepada produsen untuk memasarkan atau mempromosikan produk yang mereka produksi, terutama melakukan promosi melalui jejaring sosial online. Salah satu media yang digunakan untuk media promosi adalah jejaring sosial Whatsapp. Whatsapp merupakan sebuah aplikasi pesan untuk smartphone dengan basik mirip blackberry massenger. Dengan menggunakan Whatsapp dapat melakukan promosi kepada calon konsumen dengan mengirimkan atau berbagi foto produk yang dijual. Dengan ini konsumen dapat mengetahui produk-produk serta dapat bertransaksi dengan produsen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Bagaimanakah pengaruh strategi pemasaran terhadap volume penjualan di toko Shoffana gallery hijab? 2) Bagaimanakah pengaruh strategi pemasaran melalui media sosial WhatsApp sebagai variabel intervening terhadap volume penjualan di toko Shoffana_gallery hijab?

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan pendekatan asosatif, populasi dalam penelitian ini adalah anggota grub whatsapp toko shoffana_gallery hijab berjumlah 58 orang. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis jalur path.

Hasil penelitiannya adalah 1) Strategi pemasaran mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap Sosial media Whatsapp di Toko Shoffana gallery hijab. Artinya sosial media Whatsapp tidak berpengaruh terhadap strategi pemasaran, mungkin strategi pemasaran dapat berpengaruh terhadap media sosial lainya selain whatsApp. 2) Strategi pemasaran melalui sosial media whatsapp sebagai variabel intervening terhadap volume penjualan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap media sosial Whatsapp atau berpengaruh *full mediated*. Hal ini dibuktikan dari nilai pengaruh langsung dari strategi pemasaran terhadap volume penjualan lebih besar dari nilai pengaruh tidak langsung dari strategi pemasaran terhadap volume penjualan melalui sosial media. Berarti bahwa adanya pengaruh strategi pemasaran dan Volume penjualan dengan Sosial media Whatsapp sebagai variabel Intervening di Toko Shoffana gallery hijab.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, volume penjualan, sosial media whatsapp.

ABSTRACT

The thesis with title “**The Influence of Marketing Strategies on Sales Volume with Social Media WhatsApp as Intervening Variables at ShoffanaLGallery Hijab Shop**” was written by Widi Lesmono, 1742143302 NIM of Syariah Economics major, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung with mentor Dr. Agus Eko Sujianto, SE., MM.

This research in this thesis is motivated by increasing internet users providing a great opportunity for producers to market or promote the products they produce, especially promoting through online social networking. One of the media used for media promotion is WhatsApp social network. WhatsApp is a messaging application for smartphones with basics similar to Blackberry messengers. By using WhatsApp you can do promotions for potential customers by sending or sharing photos of products sold. With this, consumers can find out products and can transact with producers.

The formulations of the problem in this study are: 1) How is the influence of the marketing strategy on sales volume at the Shoffana gallery hijab shop? 2) How is the influence of the marketing strategy through social media whatsapp as an intervening variable on the sales volume at Shoffana gallery hijab shop?

The type of this research is quantitative research, with an associative approach, the populations in this study were 58 members of the WhatsApp group Shoffana gallery shop. The data analysis technique in this study is multiple regression analysis.

The results of the research are 1) Marketing strategy has not significant influence on social media WhatsApp at Shoffana Gallery hijab shop. It means that social media WhatsApp has no influence on marketing strategies, maybe marketing strategies can influence other social media besides WhatsApp. 2) Marketing strategies and sales volumes together have a positive influence on WhatsApp social media or have a full mediated effect. This is evidenced from the value of the direct influence of the marketing strategy on sales volume greater than the value of the indirect influence of the marketing strategy on sales volume through social media. It means that there is an influence of marketing strategies and sales volume with Social Media Whatsapp as an Intervening variable in the Shoffana gallery hijab shop.

Keywords: marketing strategy, sales volume, social media WhatsApp.