

**PENGARUH ENDORSMENT SELEBGRAM, EMAIL MARKETING, DAN  
DISKON HARGA PAKET TERHADAP PENJUALAN PADA USAHA  
PAPAN BUNGA KAYU DI KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan oleh :**

**ERSA CHRISTINA ARITONANG**

**NPM : 1801110571**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
PALEMBANG**

**2022**

**PENGARUH ENDORSMENT SELEBGRAM, EMAIL MARKETING, DAN  
DISKON HARGA PAKET TERHADAP PENJUALAN PADA USAHA  
PAPAN BUNGA KAYU DI KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



**Diajukan oleh :**

**ERSA CHRISTINA ARITONANG**

**NPM : 1801110571**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
PALEMBANG**

**2022**

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PALEMBANG**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Ersa Christina Aritonang  
Nomor Pokok/NIM : 1801110571  
Jurusan/Prog.Studi : Ekonomi/Manajemen  
Mata Kuliah : Kewirausahaan  
Judul Proposal : Pengaruh Endorsment Selebgram, Email Marketing,  
Dan Diskon Harga Paket Terhadap Penjualan Pada  
Usaha Papan Bunga Kayu Di Kota Palembang.  
Pembimbing Proposal

Tanggal 09/04/2022 Pembimbing I:

  
Azmir Ferdiansyah, SE., M.M  
NIDN : 0221105801

Tanggal 08/04/2022 Pembimbing II:

  
Kamariah, SE., M.M  
NIDN : 0221075802

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi  
Tanggal 11/04/2022

Ketua Prodi Manajemen  
Tanggal 11/04/2022

107 / PS / DFE / 22



Dr. May Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS  
NIDN: 0205026401

  
Mariyam Zanariah, SE, M.M  
NIDN : 0222096301

**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**. PALEMBANG**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

**Nama** : Ersa Christina Aritonang  
**Nomor Pokok/NIM** : 1801110571  
**Jurusan/Prog.Studi** : Ekonomi/Manajemen  
**Mata Kuliah** : Kewirausahaan  
**Judul Proposal** : Pengaruh Endorsment Selebgram, Email Marketing,  
Dan Diskon Harga Paket Terhadap Penjualan Pada  
Usaha Papan Bunga Kayu Di Kota Palembang.  
**Pembimbing Proposal**

**Penguji Skripsi**  
**Tanggal** 09/04/2022 **Ketua Penguji** : Azmir Ferdiansyah, SE., M.M  
NIDN : 0221105801

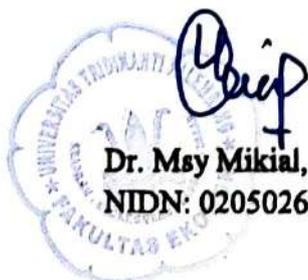
**Tanggal** 08/04/2022 **Penguji I** : Kamariah, SE., M.M  
NIDN : 0221075802

**Tanggal** 11/04/2022 **Penguji II** : Sari Sakarina, SE., M.M  
NIDN : 0214038501

**Mengesahkan :**

**Dekan Fakultas Ekonomi**  
**Tanggal** 11/04/2022

**Ketua Prodi Manajemen**  
**Tanggal** 11/04/2022



**Dr. Msy Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS**  
NIDN: 0205026401



**Mariyam Zanariah, SE, M.M**  
NIDN : 0222096301

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Bekerja Keraslah Sampai Kamu Tidak Perlu Memperkenalkan Namamu”

“Jangan Hanya Menunggu Tapi Ciptakanlah Waktumu Sendiri”

Skripsi atau Tugas Akhir ini saya persembahkan kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, terima kasih atas berkat, kekuatan dan penyertaan yang Tuhan berikan dari awal perkuliahan sampai pada akhir semester ini.
2. Bapak dan Mama, segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan kepada dua orang paling berharga dalam hidup saya. Hidup menjadi lebih mudah dan lancar ketika kita memiliki orang tua yang lebih memahami kita dari pada diri kita sendiri, terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna.
3. Adikku yang paling ganteng, makasih selalu menanyakan kapan skripsi kakak selesai, ini untuk Adikku.
4. Abang Hasianku, makasih ayank selalu selalu doain, selalu ngerti & selalu ngedukung baik secara omongan, secara transferan, secara gofood wkwk bikin imun naek pas lagi ngedrop. *I'm very lucky to have you, love u bby.*
5. Dosen Pembimbing, terima kasih atas waktu, nasihat & revisi selama pengerjaan skripsi ini.
6. My bestie & bro ( Pina, Fera, Lia, Masayu, Alan ) gilo oi wkwk kito lah skripsi bae, kawan seperjuangan dari semester 1 makan cilok sempolan tiap hari nyampe jg semester 8 hahaha makasih ye guys selalu ado, saling bantu, saling ngingeti & saling dukung walau kito galak samo-samo bingung nak ngapoin wkwk semoga persahabatan kito lancar luncur sampe kapanpun.
7. Kawan satu kelas manajemen angkatan 2018 yang selalu solid pas UTS & UAS kalian memanglah terbaik & tak tergantikan.
8. Semua teman-teman dan saudara yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih banyak, saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ersa Christina Aritonang  
Nomor Pokok : 1801110571  
Angkatan : 2018  
Fakultas : Ekonomi  
Program Study : Kewirausahaan  
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)  
Skripsi : Pengaruh Endorsment Selebgram, Email Marketing, Dan Diskon Harga Paket Terhadap Penjualan Pada Usaha Papan Bunga Kayu Di Kota Palembang.

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, Maret 2022

Penulis,



ERSA CHRISTINA ARITONANG

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karna berkat rahmat dan karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan laporan akhir skripsi, sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang, Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam penyusunan laporan akhir skripsi pada jurusan Manajemen pada Universitas Tridinanti Palembang

Pada kesempatan ini peneliti mengambil judul “PENGARUH ENDORSEMENT SELEBRAM, EMAIL MARKETING, DAN DISKON HARGA PAKET TERHADAP PENJUALAN PADA USAHA PAPAN BUNGA KAYU DI KOTA PALEMBANG” Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan akhir skripsi ini penulis menyadari masih jauh sempurna, hal ini dikarenakan oleh terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang peneliti miliki, untuk kritik dan saran yang sifatnya membangun peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi, semoga laporan yang peneliti buat dapat sangat bermanfaat untuk semua pihak.

Dalam penulisan laporan akhir skripsi ini penulis dibimbing dan diberi arahan atas pihak lembaga, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Manisah, M.P selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.

2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE,M.Si.Ak,CA,CSRS Dekan Fakultas Tridinanti Palembang
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE, M.Si Wakil Dekan Fakultas Ekonomi
4. Ibu Mariyam Zanariah,SE,MM, Ketua program studi manajemen
5. Bapak Azmir Ferdiansyah, SE., M.M, Selaku Pembimbing Utama yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengoreksi, dan memotivasi penulis sehingga skripsi dapat di selesaikan.
6. Ibu Kamariah, SE., M.M Selaku pembimbing anggota yang telah meluangkan waktu dan berusaha keras memberi bimbingan serta mengarahkan guna penyelesaian skripsi.
7. Bapak dan ibu seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang
8. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan doa dan semangat.
9. Untuk sahabat seperjuangan angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang saya sayangi terimakasih atas dukungan kalian.

Akhir kata, Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penulisan laporan ini, semoga laporan ini bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Palembang, Desember 2021  
Penulis,

ERSA CHRISTINA ARITONANG

## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                                 | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....                           | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....                    | <b>iii</b>  |
| <b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....                          | <b>iv</b>   |
| <b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....                      | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                    | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                  | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                                    | <b>xii</b>  |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                       | <b>xiii</b> |
| <b>RIWAYAT HIDUP</b> .....                                 | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                   |             |
| 1.1 Latar Belakang .....                                   | 1           |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                                | 8           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                | 9           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                               | 10          |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>                             |             |
| 2.1 Kajian Teoritis .....                                  | 11          |
| 2.1.1 Definisi Kewirausahaan .....                         | 11          |
| 2.1.2 Bagan Marketing Communication .....                  | 14          |
| 2.2 Endorsment Selebgram .....                             | 15          |
| 2.2.1 Peran Endorsment Selebgramv .....                    | 18          |
| 2.2.2 Faktor – Faktor Pemilihan Endorsment Selebgram ..... | 19          |
| 2.2.3 Manfaat dan Peran Endorsment Selebgram .....         | 22          |
| 2.2.4 Indikator Endorsment Selebgram .....                 | 23          |
| 2.3 Email Marketing .....                                  | 25          |
| 2.3.1 Faktor Email Marketing .....                         | 25          |
| 2.3.2 Manfaat Email Marketing .....                        | 26          |
| 2.3.3 Indikator Email Marketing .....                      | 27          |
| 2.4 Diskon Harga .....                                     | 29          |

|                                  |   |    |
|----------------------------------|---|----|
| 2.4.1                            | Faktor Diskon Harga .....                                   | 30 |
| 2.4.2                            | Manfaat Diskon Harga .....                                  | 30 |
| 2.4.3                            | Indikator Diskon Harga .....                                | 31 |
| 2.5                              | Penjualan .....   | 32 |
| 2.5.1                            | Jenis dan Bentuk Penjualan .....                            | 33 |
| 2.5.2                            | Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan .....             | 35 |
| 2.5.3                            | Fungsi Dan Tujuan Penjualan .....                           | 37 |
| 2.5.4                            | Indikator Penjualan .....                                   | 38 |
| 2.6                              | Penelitian Terdahulu .....                                  | 39 |
| 2.7                              | Kerangka Berfikir .....                                     | 42 |
| 2.8                              | Hipotesis Penelitian .....                                  | 42 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> |   |    |
| 3.1.                             | Tempat dan Waktu penelitian .....                           | 44 |
| 3.1.1.                           | Tempat penelitian .....                                     | 44 |
| 3.1.2                            | Waktu Penelitian .....                                      | 44 |
| 3.2                              | Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....                    | 45 |
| 3.2.1                            | Sumber Data .....   | 45 |
| 3.2.2                            | Teknik Pengumpulan Data .....                               | 46 |
| 3.3                              | Populasi dan Sampel .....                                   | 48 |
| 3.3.1                            | Populasi .....  | 48 |
| 3.3.2                            | Sampel .....  | 49 |
| 3.4                              | Rancangan Penelitian .....                                  | 50 |
| 3.4.1                            | Tipe Penelitian .....                                       | 51 |
| 3.4.2                            | Jenis Penelitian .....                                      | 51 |
| 3.5                              | Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional Variabel ..... | 51 |
| 3.5.1                            | Variabel penelitian .....                                   | 52 |
| 3.5.2                            | Definisi Operasional Variabel .....                         | 53 |
| 3.5.3                            | Identifikasi Variabel .....                                 | 54 |
| 3.6                              | Instrumen Penelitian .....                                  | 55 |
| 3.6.1                            | Uji Instrumen .....   | 57 |
| 3.6.2                            | Uji Reliabilitas .....                                      | 58 |

|       |                             |    |
|-------|-----------------------------|----|
| 3.7   | Teknik Analisis Data .....  | 59 |
| 3.7.1 | Koefisien Korelasi .....    | 61 |
| 3.7.2 | Koefisien Determinasi ..... | 62 |
| 3.8   | Uji Hipotesis .....         | 63 |
| 3.8.1 | Uji f (Uji simultan) .....  | 63 |
| 3.8.2 | Uji t (Uji Parsial .....    | 64 |

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 4.1   | Pembahasan dan interpretasi .....                | 67 |
| 4.1.1 | Deskripsi Profil Responden .....                 | 67 |
| 4.1.2 | Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 67 |
| 4.1.3 | Jumlah Responden Berdasarkan Umur .....          | 68 |
| 4.1.4 | Jumlah Responden .....                           | 68 |
| 4.2   | Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....         | 69 |
| 4.2.1 | Uji Validitas .....                              | 69 |
| 4.2.2 | Uji Reliabilitas .....                           | 71 |
| 4.3   | Uji Asumsi Klaisk .....                          | 72 |
| 4.3.1 | Uji Normalitas .....                             | 72 |
| 4.3.2 | Uji Multikolinieritas .....                      | 73 |
| 4.3.3 | Uji Autokorelasi .....                           | 74 |
| 4.3.4 | Uji Heteroskedasitas .....                       | 76 |
| 4.4   | Analisi Linier Berganda .....                    | 76 |
| 4.5   | Koefisien Korelasi .....                         | 78 |
| 4.6   | Koefisien Determinasi .....                      | 78 |
| 4.7   | Uji Hipotesis Penelitian .....                   | 79 |
| 4.7.1 | Uji Simultan ( Uji F ) .....                     | 79 |
| 4.7.2 | Uji Parsial ( Uji t ) .....                      | 81 |

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARA**

|     |                  |    |
|-----|------------------|----|
| 5.1 | Kesimpulan ..... | 84 |
| 5.2 | Saran .....      | 85 |

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 2.1  | Karakteristik Kesuksesan Wirausaha .....                         | 12 |
| Tabel 2.2  | Karakteristik Kegagalan Wirausaha .....                          | 13 |
| Tabel 2.3  | Penelitian Terdahulu .....                                       | 39 |
| Tabel 3.1  | Waktu Penelitian .....   | 44 |
| Tabel 3.2  | Jumlah Pelanggan RJ Florist dan Ata Florist Kota Palembang ..... | 48 |
| Tabel 3.3  | Operasional Variabel .....                                       | 56 |
| Tabel 3.4  | Interpretasi Koefisien Korelasi (R) .....                        | 62 |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....          | 67 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....                   | 68 |
| Tabel 4.3  | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....    | 69 |
| Tabel 4.4  | Hasil Uji Validitas .....  | 70 |
| Tabel 4.5  | Hasil Uji Reliabilitas .....                                     | 71 |
| Tabel 4.6  | Uji Multikolinieritas .....                                      | 73 |
| Tabel 4.7  | Uji Autokorelasi .....   | 74 |
| Tabel 4.8  | Hasil uji Analisa Linier Berganda .....                          | 76 |
| Tabel 4.9  | Hasil Uji Koefisien Korelasi .....                               | 78 |
| Tabel 4.10 | Hasil Uji Koefisien Determinasi .....                            | 79 |
| Tabel 4.11 | Hasil Uji F .....  | 80 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji t .....  | 81 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....   | 42 |
| Gambar 4.1 Uji Normalitas .....       | 72 |
| Gambar 4.2 Uji Heteroskedasitas ..... | 75 |

## ABSTRAK

**ERSA CHRISTINA ARITONANG, Pengaruh Endorsment Selebgram, Email Marketing, Dan Diskon Harga Paket Terhadap Penjualan Pada Usaha Papan Bunga Kayu Di Kota Palembang (Di bawah bimbingan Bapak Azmir Ferdiansyah, SE., M.M dan Ibu Dwi Riana, S.E., M.A.B).**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Endorsment Selebgram, Email Marketing, Dan Diskon Harga Paket Terhadap Penjualan Pada Usaha Papan Bunga Kayu Di Kota Palembang. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini sebanyak 52 orang dari seluruh Usaha Papan Bunga Kayu Di Kota Palembang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer Statistical Product and Service Solution ( SPSS) versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Endorsment Selebgram, Email Marketing, Dan Diskon Harga Paket Terhadap Penjualan Pada Usaha Papan Bunga Kayu Di Kota Palembang dengan signifikan  $F$  sebesar  $0,000 < 0,005$ . Persamaan regresi linier berganda  $Y = 27,734 + 0,144 X_1 + 0,268 X_2 + 0,108 X_3 + e$ . Terdapat pengaruh antara Endorsment Selebgram Terhadap Penjualan Pada Usaha Papan Bunga Kayu Di Kota Palembang dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,005$ , Terdapat pengaruh antara Email Marketing Terhadap Penjualan Pada Usaha Papan Bunga Kayu Di Kota Palembang dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,005$ , dan Terdapat pengaruh antara Diskon Harga Paket Terhadap Penjualan Pada Usaha Papan Bunga Kayu Di Kota Palembang dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,005$ .

**Kata Kunci : Penjualan, Endorsment Selebgram, Email Marketing, Diskon Harga Paket.**

## **RIWAYAT HIDUP**

ERSA CHRISTINA ARITONANG, lahir Palembang, 8 Juni 1998 anak pertama dari dua bersaudara, dari Bapak Sabar Parulian Aritonang dan Ibu Sermina Purba,

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2010 di SD Xaverius 3, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2013 di SMP Xaverius 3. Sekolah Menengah Kejuruan diselesaikan pada tahun 2016 di SMK Xaverius 1. Pada tahun 2018 melanjutkan Pendidikan ke Program Studi Strata I Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang.

Palembang, Maret 2021

ERSA CHRISTINA ARITONANG

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kemajuan ekonomi suatu bangsa tidak terlepas dari keberadaan dan peranan kelompok wirausahawan. Tidak ada satu bangsa di dunia ini yang mampu menjadi negara maju tanpa ditopang oleh sejumlah pemuda dan masyarakat yang berwirausaha. Seiring berkembangnya revolusi industri yang ditandai dengan semakin berkembangnya teknologi salah satunya internet menjadi peluang untuk semakin berkembangnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Dengan pemanfaatan teknologi internet seluruh entitas dapat saling berkomunikasi secara real time kapan saja, yang mengakibatkan pergeseran interaksi komunikasi pemasaran dari dunia nyata face to face menjadi dunia maya server to face.

Papan Bunga saat ini telah digunakan masyarakat sebagai tanda adanya kegiatan pesta, kenduri, peresmian gedung, dan kematian. Papan Bunga dijadikan sebagai suatu media informasi khusus pada kegiatan yang dilakukan di masyarakat. Perkembangan budaya terjadi begitu cepat seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Saat ini sebahagian dari masyarakat telah menggunakan bunga papan dalam pesta perkawinan termasuk di kota Palembang papan Bunga telah menjadi sebagai suatu media komunikasi pada acara-acara pesta. Papan Bunga terpajang di sekitar tempat acara pernikahan dan bahkan dipajang di rumah yang sedang berduka atau kemalangan

bagaikan suatu pameran karya seni dan hal yang sangat penting ditonjolkan dalam setiap kegiatan acara yang dilakukan oleh masyarakat. Keberadaan bunga papan tidak hanya dalam acara besar, acara sederhana seperti acara ulang tahun, kelulusan sekolah dan bahkan pindahan rumah mulai marak menggunakan bunga papan. Masyarakat memiliki pandangan yang berbeda-beda dalam hal penggunaannya. Papan Bunga dapat dianggap sebagai prestise dalam diri seseorang dan

menganggap dengan menggunakan bunga papan dalam kegiatan acara akan lebih mewah dan menjadi kebanggaan tersendiri. Bunga Papan disajikan dalam bentuk yang bervariasi jenis bunganya, warna bunga dan warna background (kain baldi sebagai penutup papan), semua bisa disesuaikan sesuai keinginan sang pemesan, begitu juga dengan ukuran luasnya 2 yang bervariasi, ada yang berukuran kecil, sedang dan sampai berukuran yang besar dan panjang. Pemakaian bunga pada papan, ada yang bunga asli dan ada pula bunga palsu (plastik), dan biasanya bunga papan banyak menggunakan bunga yang palsu (plastik) dikarenakan bunga yang palsu (plastik) tak mudah layu dan bisa digunakan sampai waktu yang cukup lama walau dalam harum atau aroma yang di dapatkan di bunga palsu (plastik) menggunakan pengharum namun itu tidak mengurangi keindahan bunga papan. Bentuk tulisan dan ukurannya bervariasi sesuai keinginan sang pembeli bisa berukuran sedang motif tulisan yang indah dan hal yang lainnya.

Papan bunga memiliki fungsi yang berbeda tidak semua masyarakat menganggap papan bunga memiliki fungsi yang sama, sebagian masyarakat

menganggap papan bunga sebagai rasa penghantar kebahagiaan dan ada juga sebagai wujud adanya pesta yang digelar secara meriah. Masyarakat beranggapan dengan adanya papan bunga akan membuat suatu acara pesta perkawinan dianggap sebagai acara besar dan memiliki jaringan sosial yang luas. Acara yang besar dan jaringan sosial yang luas sudah menunjukkan adanya posisi atau identitas diri seseorang. Masing-masing individu senantiasa ingin memiliki status yang tinggi di kehidupannya, bentuk status yang dimiliki bisa berupa uang, materil, pendidikan, jabatan maupun benda-benda dan termasuk keberadaan papan bunga pada suatu acara baik acara resepsi pernikahan maupun acara kematian.

Oleh karena itu untuk memenangkan persaingan bisnis terhadap penjualan usahapapan bunga kayu dan menjangkau lebih banyak pasar untuk meningkatkan omzet UMKM membuat video dan foto produk dan jasa untuk diunggah dan diiklankan dalam instagram yang bekerjasama dengan orang yang terkenal melalui endorsment selebgram yang dalam istilah instagram dikenal dengan sebutan selebgram (selebri instagram) yang mudah mempengaruhi minat pembeli. Kegiatan tersebut disebut dengan Endorsment, Keller dalam jurnal ("Celebrity Endorsement AS one of Noedays Major Ways To Influence Consumer Buying Behaviour) tahun 2015 menyatakan Endorsment adalah sejenis pemasaran dimana orang terkenal atau public figure digunakan dalam kampanye pemasaran untuk mengiklankan produk atau layanan dengan menggunakan ketenaran dan tempat di masyarakat. Orang-orang yang sering melakukan Endorsment dapat disebut Endorser.

Dengan melakukan strategi promosi produk atau jasa melalui Endorsment Selebgram menurut Siahaan (2016) memiliki beberapa keuntungan seperti meningkatkan omzet penjualan dikarenakan produk tersebut sudah terjamin kualitasnya dengan dukungan si artis yang dapat meyakinkan followers melalui foto dan konten yang diposting. Endorsment selebgram mendapat produk gratis, pihak peng-endorse tentu akan memposting foto endorse ke akun mereka. Hal itu membuat foto endorse banyak dilihat orang sehingga menjamah jaringan networking. Adanya selebgram dalam mengiklankan dipercaya dapat meningkatkan brand awareness dan menumbuhkan minat beli, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian yang akan merujuk kepada peningkatan penjualan dan omzet.

Namun pada kenyataannya terdapat beberapa penjual yang melakukan Endorsement penjualan mereka justru tidak meningkat yang berarti Endorsement tidak memberikan efek kepada konsumen. Diperlukan pengetahuan dalam memilih strategi Endorsement yang tepat agar tidak terjadi kerugian karena telah membayar mahal endorser, untuk itu dalam penelitian ini akan dibahas pengaruh endorsement terhadap penjualan.

Selain Pengaruh Endorsment, selebgram juga menjadi hal yang sangat penting. Ketika produk yang merupakan ujung tombak usaha di iklankan dengan cara Endorsement merupakan produk yang banyak ditemukan di pasaran tanpa ada perbedaan dari produk lain sejenis maka sebaik apapun endorser mempromosikannya tidak akan meningkatkan penjualan secara signifikan. Persaingan dalam dunia usaha sangat ketat, kemampuan perusahaan

menciptakan keunggulan bersaing adalah kunci penting dalam memenangkan persaingan.

Narver dan Slater (2011) menyatakan bahwa keunggulan bersaing dapat dicapai apabila perusahaan mampu memberikan nilai yang lebih kepada pelanggan dari apa yang diberikan oleh pesaingnya. Untuk itu para pelaku usaha harus terus berinovasi agar memenangkan persaingan yang berimbang kepada penjualan usaha dan selangkah lebih maju dari pesaingnya. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk di pasar, karena sebagian besar dari produk pesaing tampil statis dari tahun ke tahun (Kensinger, 2017).

Pengaruh Endorsment selebgram memiliki arti sebagai berikut ini , endorsment memiliki dampak yang sangat besar untuk para pedagang online di zaman sekarang ini di karenakan dalam strategi endorsment ini dapat membuat para penjual online lebih cepat mendapatkan keuntungan dengan cara melakukan endorsment kepada para sejumlah artis atau para kalangan selebgram seperti sekarang ini yang sedang viral di media sosial serta endorsment di soaial media , semakin banyak jumlah pengikut, lazimnya semakin besar pula tarif yang di kenakan atau di dalam dunia periklanan, endorse artinya menggunakan nama orang terkenal atau bisa gambar orang terkenal untuk mempromosikan suatu produk atau layanan.

Selain faktor Endorsment Selebgram faktor lain yang berpengaruh terhadap penjualan adalah Email Marketing, Perusahaan Bunga membutuhkan email marketing di karenakan email marketing mempunyai peran yang tak

kalah penting dari endorsment selebgram sebagaimana yang kita ketahui bahwa Email Marketing yaitu sebuah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk melaksanakan pemasaran suatu produk dengan menggunakan media internet atau secara online.

Kegiatan e-marketing biasanya melingkupi pada kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan penyusunan produk periklanan, pencarian produk dan penulisan kalimat-kalimat pemasaran. E-marketing pada umumnya juga melingkupi kegiatan pembuatan website, melakukan pemasaran iklan dengan menggunakan media internet, promosi online melalui mesin pencari informasi, email, periklanan melalui email advertising.

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2012:237) mengatakan bahwa Email marketing (e-marketing) merupakan sebuah bentuk usaha dari perusahaan untuk memasarkan produk barang dan jasa serta membangun hubungan dengan para konsumen melalui media internet secara online. Bentuk pemasaran internet ini merupakan situs yang dapat diakses oleh semua orang dengan jangkauan yang sangat besar pada sebuah jaringan komputer dengan berbagai tipe orang yang berbeda dan dari berbagai negara kedalam suatu wadah informasi yang sangat besar.

Selain faktor Email Marketing faktor lain yang berpengaruh terhadap Penjualan adalah Diskon Harga. Diskon Harga ini berdampak terhadap harga paket yang dimana membantu para pedagang online kecil sampai besar dan produk mereka dengan harga yang sesuai dengan kemampuan di harga masing-masing bisa membuat harga paket mendapatkan Diskon harga ketika

membeli suatu produk. Serta dengan ini hal tersebut juga dapat membantu para pedagang online untuk meningkatkan volume penjualan dari pada pedagang online tersebut dengan pesat.

Bisnis papan bunga merupakan usaha masa depan yang tak lekang oleh jaman. Konsumen selalu bertambah setiap harinya. Bisnis papan bunga merupakan usaha yang cukup pesat berkembang dan tak hanya kota-kota besar saja saat ini di kota Palembang pun sudah mulai di cari untuk keperluan event-event tertentu seperti untuk pesta pernikahan, pesta ulang tahun atau untuk ucapan lainnya. Banyaknya permintaan karangan bunga dari berbagai pihak menjadikan bisnis ini sangat potensial untuk di rintis dan ini merupakan peluang usaha yang menghasilkan di masa depan.

Seperti yang kita ketahui papan bunga RJ Florist dan Ata Florist saat ini menjadi tempat papan bunga yang paling di gemari oleh masyarakat kota Palembang di karenakan mulai dari desain dan bahan yang di gunakan membuat para penggemar papan bunga senang untuk mengorder ke RJ Florist dan Ata Florist. Serta dimana saat mereka mulai menjual dengan cara megupload foto-foto dengan caption yang menarik, florist atau papan bunga yang mereka jual mulai dikenal dan diminati hingga membuat volume penjualan mereka pun ikut meningkat.

Seiring semakin di kenalnya dan di gemari usaha papan bunga yang diproduksi oleh RJ Florist dan Ata Florist juga memperluas sistem pemasarannya dengan menggunakan endorsement. Dimulai dengan endorsement dengan tidak berbayar hanya memberikan produk gratis kepada

endorsement, hingga berjalannya waktu karena setelah melakukan endorsement keuntungan mereka meningkat sehingga RJ Florist dan Ata Florist mulai endorsement dengan sistem berbayar dengan beberapa artis dan selebgram seperti selebgram Palembang yaitu Apsenso, cek maria serta para selebgram lainnya.

RJ Florist dan Ata Florist secara berkelanjutan melakukan inovasi baik dari segi model dan warna, serta bahan terus mereka perbaharui mulai dari inovasi produk yang mereka produksi dan pengetahuan pemasaran endorsement serta melakukan diskon harga paket dan email marketing yang unggul mengarahkan mereka untuk melakukan hal tersebut agar dapat meningkatkan volume penjualan mereka dari hasil endorsement terhadap para selebgram atau artis.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul **“PENGARUH ENDORSEMENT SELEBGRAM, EMAIL MARKETING, DAN DISKON HARGA PAKET TERHADAP PENJUALAN PADA USAHA PAPAN BUNGA KAYU DI KOTA PALEMBANG”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah endorsement selebgram, email marketing, dan diskon harga berpengaruh secara simultan terhadap penjualan usaha papan bunga kayu di kota Palembang ?

2. Apakah endorsment selebgram berpengaruh secara parsial terhadap penjualan usaha papan bungakayu di kota Palembang?
3. Apakah email marketing berpengaruh secara parsial terhadap penjualan usaha papan bungakayu dikota Palembang?
4. Apakah diskon harga berpengaruh secara parsial terhadap penjualan usaha papan bunga kayu dikota Palembang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui Apakah strategi promosi, endorsment selebgram, email marketing dan diskon harga secara simultan terhadap penjualan usaha papan bunga kayu di kota Palembang.
2. Untuk mengetahui Apakah endorsment selebgram berpengaruh terhadap penjualan usaha papan bunga kayu di kota Palembang.
3. Untuk mengetahui Apakah email marketing berpengaruh terhadap penjualan usaha papan bunga kayu di kota Palembang.
4. Untuk mengetahui Apakah diskon harga berpengaruh terhadap penjualan usahapapan bunga kayu di kota Palembang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak yang berkepentingan antara lain sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan pelatihan berfikir secara ilmiah yang dapat memberikan pemahaman mengenai Pengaruh endorsment selebgram, email marketing dan diskon harga terhadap penjualan usaha papan bunga kayu di kota Palembang.

2. Bagi Pelaku Bisnis khususnya UMKM

Dapat memberikan saran dan pendapat kepada para pelaku bisnis UMKM mengenai pentingnya Endorsement selebgram dalam meningkatkan pelanggan terhadap volume usaha penjualan .

3. Bagi Masyarakat

Peneliti berharap skripsi ini dapat menjadi bahan referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan bidang Endorsement Selebgram dan meningkatkan pelanggan terhadap usaha penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikas Pemasaran Terpadu)*. Jilid I, edisi Terjemahan, Jakarta: Erlangga.
- A. Shimp, Terence. 2014. *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empa
- Ananda, Rusydi & Tien Rafida, 2016. *Pengantar Kewirausahaan*. Medan: Perdana Publishing
- Afipuddien dan Sugiyono. 2018. *Pengaruh Dukungan Organisasi, Komitmen Afektif Dan Perilaku Ekstra Peran Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Nur Medinah Intermedia*. Vol 2, No.1
- Alim, Hapsari dan Purwanti. 2007. *Pengaruh Kompetensi dan Independensi Terhadap Kualitas Audit dengan Etika Auditor Sebagai Variabel Moderasi*. Proceeding Simposium Nasional Akuntansi Makassar, 2007.
- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung*. JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika), 17(2), 167-185.
- Erni Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, Jakarta, Prenada Media, Edisi pertama, 2005.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Hutagalung. L. (2017). *Anemia And Nutritional Status As Dominant Factor Of The Event Low Birth Weight In Indonesia: A Systematic Review*. LIFE: International Journal of Health and Life-Sciences ISSN 2454-5872. Special Issue Vol. 3 Issue 1, pp. 29 – 38 Date of Publication: 16th January, 2017
- Kotler, 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT Bumi Aksara: Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2*, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cakra Ilmu.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta
- Andi Sutisna, 2011, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sutisna. 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rusdakarya.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Yunus, Suryana Dan Bayu, Kartib. 2014. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.