

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*, DAN
DISKON TERHADAP MINAT BELI PADA KURSUS ONLINE *DIGITAL MARKETING*
DI VOCASIA**

TUGAS AKHIR

ACHMAD REFIKASA

203402516292



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*, DAN
DISKON TERHADAP MINAT BELI PADA KURSUS *ONLINE DIGITAL MARKETING*
DI VOCASIA**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional



2024

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, SEARCH ENGINE OPTIMIZATION, DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI PADA KURSUS ONLINE DIGITAL MARKETING DI VOCASIA

Ialah gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, Februari 2024



ACHMAD REFIKASA

203402516292

UNIVERSITAS NASIONAL

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH SOCIAL MEDIA
MARKETING, SEARCH ENGINE
OPTIMIZATION, DAN DISKON
TERHADAP MINAT BELI PADA
KURSUS ONLINE DIGITAL
MARKETING DI VOCASIA**

Nama Mahasiswa : **ACHMAD REFIKASA**

Nomor Pokok Mahasiswa : **203402516292**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Drs., Suadi Sapta Putra, M.Si.M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



(Dr. Resti Hardini., S.E., M.Si.)

Jakarta, 16 Februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*,
SEARCH ENGINE OPTIMIZATION, DAN
DISKON TERHADAP MINAT BELI PADA
KURSUS ONLINE *DIGITAL MARKETING* DI
VOCASIA

Nama Mahasiswa : ACHMAD REFIKASA

Nomor Pokok : 203402516292

Program Studi/Fakultas : MANAJEMEN

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir

(Dr. Drs., Suadi Sapta Putra, M.Si.M.)

Ketua Penguji

Anggota/Penguji,

(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

(Dr. Ir. Farida, M.M.)

Mengetahui
Dekan,



(Prof. Kumba Digidowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D.)

Jakarta: 29 Februari 2024

Tanggal Lulus: 29 Februari 2024

ABSTRAK

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*, DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI PADA KURSUS ONLINE *DIGITAL MARKETING* DI VOCASIA

Oleh:

Achmad Refikasa

NPM: 203402516292

Tugas Akhir, dibawah bimbingan, Dr. Drs., Suadi Sapta Putra., M.Si.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Social Media Marketing*, *Search Engine Optimization*, dan Diskon terhadap Minat Beli peserta kursus online *Digital Marketing* di Vocasia. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder sebagai jenis data yang digunakan, metode penelitian ini adalah kuantitatif dan teknik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini secara simultan *Social Media Marketing*, *Search Engine Optimization*, dan Diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Pada Peserta Kursus Online *Digital Marketing* di Vocasia. Secara parsial, *Social Media Marketing* berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli Pada Peserta Kursus Online *Digital Marketing* di Vocasia. *Search Engine Optimization* berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli Pada Peserta Kursus Online *Digital Marketing* di Vocasia. Diskon berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli Pada Peserta Kursus Online *Digital Marketing* di Vocasia.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, *Search Engine Optimization*, Diskon, Minat Beli.

ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING, SEARCH ENGINE
OPTIMIZATION, AND DISCOUNT ON PURCHASE INTENT OF
PARTICIPANTS IN DIGITAL MARKETING ONLINE COURSES AT
VOCASIA***

By:

Achmad Refikasa

NPM: 203402516292

Thesis, under the guidance Dr. Drs., Suadi Sapta Putra., M.Si.M.

This study aims to analyze the influence of Social Media Marketing, Search Engine Optimization, and Discount on the Purchase intent of Participants in Digital Marketing Online Courses At Vocasia. This research utilizes both primary and secondary data, with a quantitative research method and multiple linear regressions analysis technique. The results of this study indicate that simultaneously Social Media Marketing, Search Engine Optimization, and Discount on the Purchase intent of Participants in Digital Marketing Online Courses At Vocasia. Partially, Social Media Marketing has a significant effect on the Purchase Intent of participants in Digital Marketing online courses at Vocasia. Search Engine Optimization has a significant effect on the Purchase Intent of participants in Digital Marketing online course at Vocasia. Discount also has a significant effect on the Purchase Intent of participants in Digital Marketing online courses at Vocasia.

Keywords: *Social Media Marketing, Search Engine Optimization, Discount, Purchase Intent*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

1. Nama : Achmad Refikasa
2. NPM : 203402516292
3. Tempat, tanggal Lahir: Jakarta, 16 November 2000
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Alamat : Jl. Proklamasi No 91-A RT006/RW003,
Pegangsaan, Menteng, Jakarta Pusat.
6. No. Handphone : 085159477331
7. Status : Belum Menikah
8. Agama : Islam
9. Kewarganegaraan : Indonesia
10. Email : refikasaachmad@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2007-2010: SDN Kenari 09
2. 2010-2014: SDS Trisula Perwari 02
3. 2014-2017: SMPN Negeri 8 Jakarta
4. 2017-2020: SMA Sunda Kelapa Jakarta

Jakarta, 16 Februari 2024



Achmad Refikasa
NPM: 203402516292

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucap puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*, DAN DISKON TERHADAP MINAT BELI PADA KURSUS DIGITAL MARKETING DI VOCASIA” dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Drs., Suadi Sapta Putra, M.Si.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak masukan, saran dan kritik, serta arahnya yang membantu dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.
7. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
8. Teruntuk diri saya sendiri, Achmad Refikasa atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini, Semoga diri saya selalu rendah hati dan dipermudah segala hal yang ingin dicapai.
9. Teruntuk Mamah, Maryani yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang, dengan penuh cinta dan selalu mendoakan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai Sarjana.

10. Teruntuk Alm Papah Achmad Bachtiar Yusuf, Terima kasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis, memberikan inspirasi, motivasi, sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya.
11. Teruntuk Abang saya dan Kaka Ipar, Achmad Fahreza, Annisa Yuniar, dan Achmad Dwiki Annafiyah, terima kasih sudah mendukung penulis dan membantu penulis dalam menyelesaikan studinya sampai sarjana.
12. Teruntuk Tete Nisfah dan Om Kiki, Terima kasih atas dukungan finansial dalam pembiayaan pendidikan penulis.
13. Teruntuk Abang sepupu saya, Bang Rino yang telah memberikan dukungan finansial selama penulis menempuh pendidikan.
14. Teruntuk teman-teman kuliah, Andreas Ardhika Nugroho, Firna Nahwa Firdausi, dan Annisa Maha Kyfli, Terima kasih sudah berjuang bersama untuk meraih gelar Sarjana! Sukses terus ya guys.
15. Teruntuk Henny, terima kasih atas dukungan dan semangatnya yang selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan studinya.
16. Teruntuk Manajemen Vocasia, penulis ucapkan terima kasih karena telah memberikan informasi-informasi yang berguna untuk penulis menyelesaikan skripsi.
17. Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu tapi tanpa mengurangi rasa hormat saya, yang telah memberikan bantuan terselesainya Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwasanya Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunan dalam penulisan. Oleh sebab itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga Tugas Akhir ini bisa bermanfaat, tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Terima Kasih,

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta,...Februari 2024

Penulis



Achmad Refikasa

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Kegunaan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Pemasaran	9
B. Manajemen Pemasaran.....	10
C. Bauran Pemasaran	11
D. Segmentasi, Targeting, dan Positioning	12
E. Minat Beli.....	13
F. Social Media Marketing.....	14
G. Search Engine Optimization.....	16
H. Diskon	18
I. Keterkaitan Antar Variabel	19
1. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Beli	19
2. Pengaruh Search Engine Optimization Terhadap Minat Beli	19
3. Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli.....	20
J. Hasil Penelitian yang Sesuai Dengan Rujukan Penelitian	20
K. Kerangka Analisis	24
L. Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Objek Penelitian	26

B. Data Penelitian	26
1. Sumber Data dan Jenis Data	26
2. Populasi dan Sampel	27
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data	28
C. Jenis Variabel yang Digunakan.....	29
1. Variabel Independen	29
2. Variabel Dependen.....	29
D. Definisi Operasional Variabel.....	30
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	32
1. Metode Analisis	32
a. Metode Analisis Deskriptif	32
b. Metode Analisis Inferensial	32
c. Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
2. Uji Instrument Penelitian	33
a. Uji Validitas	33
b. Uji Reliabilitas	34
3. Uji Asumsi Klasik	34
a. Uji Normalitas	34
b. Uji Multikolinearitas	35
c. Uji Heterokedastisitas	36
d. Uji Autokorelasi	36
4. Uji Kelayakan Model	37
a. Uji F (Simultan)	37
b. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	37
5. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	39
1. Deskripsi Objek Penelitian.....	39
2. Karakteristik Responden	41
3. Analisis Lengkap Estimasi Penelitian	47
a. Analisis Deskriptif Variabel.....	47
b. Regresi Linear Berganda.....	51
4. Uji Instrumen Penelitian	52
a. Uji Validitas	52
b. Uji Reliabilitas	53
5. Uji Asumsi Klasik	54
a. Uji Normalitas	54
b. Uji Multikolinearitas	55
c. Uji Heterokedastisitas	56
d. Uji Autokorelasi	57
6. Uji Kelayakan Model	57
a. Uji F	57
b. Uji Koefisien Determinasi	58
7. Pengujian Hipotesis.....	59

B. Pembahasan.....	60
1. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Beli	60
2. Pengaruh <i>Search Engine Optimization</i> Terhadap Minat Beli	61
3. Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli.....	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data media sosial Tiktok tanggal 5 Oktober – 2 November 2023	5
tabel 1.2 Data media sosial Instagram tanggal 5 Oktober – 2 November 2023	5
tabel 1.3 Data media sosial LinkedIn tanggal 5 Oktober – 2 November 2023	6
tabel 1.4 Data media sosial X tanggal 5 Oktober – 2 November 2023	6
Tabel 2.1 Rujukan Penelitian	20
Tabel 3.1 Definisi operasional variabel	30
Tabel 4.1 Karakteristik responden sesuai usia	42
Tabel 4.2 Karakteristik responden sesuai jenis kelamin	43
Tabel 4.3 karakteristik responden sesuai pekerjaan	44
Tabel 4.4 karakteristik responden sesuai pendapatan per bulan	45
Tabel 4.5 karakteristik responden sesuai darimana kamu mengetahui vocasia	46
Tabel 4.6 karakteristik responden berdasarkan apakah kamu mengetahui kursus digital marketing di vocasia	46
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Variabel Social Media Marketing	47
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Variabel Search Engine Optimization	48
Tabel 4.9 Frekuensi Jawaban Variabel Diskon	49
Tabel 4.10 Frekuensi Jawaban Variabel Minat Beli	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Data.....	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas Data	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi	57

Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Dorongan Pembelian Online	3
Gambar 1.2 Total Visit.....	4
Gambar 1.3 Kursus Digital Marketing.....	7
Gambar 2.1 kerangka analisis	24

