

ABSTRAK

Zainul Fahri, 2022

: Pengaruh Ekonomi *Digital* Dan Media Sosial Instagram Sebagai Pengembangan Usaha *Online Shop* (Studi Pada Warga Kecamatan Bengkong Kota Batam)

Dosen Pembimbing: Akhirman, S.Sos., MM dan Roni Kurniawan, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk Menjelaskan Pengaruh Ekonomi *Digital* Dan Media Sosial Instagram Sebagai Pengembangan Usaha *Online Shop* (Studi Pada Warga Kecamatan Bengkong Kota Batam). Populasi dalam penelitian ini adalah 26 Orang Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kecamatan Bengkong Kota Batam. Pengambilan sampel dengan menggunakan *nonprobability sampling* yaitu teknik sampling jenuh. Sampel dalam penelitian ini adalah Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di Kecamatan Bengkong Kota Batam, sehingga jumlah sampel sebanyak 26 Responden. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pada kuesioner dilakukan *test* validitas dan reliabilitas. Data analisis menggunakan analisis regresi linear berganda, termasuk uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Penelitian dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Ekonomi *Digital* (X1), Media Sosial (X2) berpengaruh signifikan terhadap *Online Shop* (Y). Hasil uji F diperoleh nilai F hitung 9,081 dengan nilai F tabel 3,127 mengidentifikasi bahwa variabel Ekonomi *Digital* (X1), Media Sosial (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel *Online Shop* (Y). Berdasarkan uji koefisien determinasi, sekitar 48,9% variabel *Online Shop* (Y) dipengaruhi oleh variabel Ekonomi *digital* (X1), Media Sosial (X2). Sisanya 51,1% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak bisa dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Ekonomi *Digital*, Media Sosial dan *Online Shop*

ABSTRACT

Zainul Fahri, 2022:

The Influence of the Digital Economy and Instagram Social Media for Online Shop Business Development (Study on Residents of Bengkong District, Batam City)

*Supervisors: Akhirman, S.Sos., MM and
Roni Kurniawan, M.Si*

This study aims to explain the influence of the digital economy and Instagram social media as an online shop business development (study of residents of Bengkong sub-district, Batam city). The population in this study were 26 Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Bengkong District, Batam City. Sampling using nonprobability sampling, namely saturated sampling technique. The sample in this study were Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Bengkong District, Batam City, so the number of samples was 26 respondents. This type of research is quantitative research. The questionnaire tested the validity and reliability. Data analysis using multiple linear regression analysis, including t test, F test and coefficient of determination (R²). The research was conducted using SPSS version 26. The results showed that partially the Digital Economy (X1), Social Media (X2) variables had a significant effect on the Online Shop (Y). The results of the F test obtained an F count value of 9.081 with an F table value of 3.127 indicating that the Digital Economy (X1) and Sosial Media (X2) variables simultaneously have a significant effect on the Online Shop variable (Y). Based on the coefficient of determination test, around 48.9% of the Online Shop (Y) variable is influenced by the digital economy (X1) and Sosial Media (X2) variables. The remaining 51.1% is influenced by other factors that cannot be explained in this study.

Keyword : *Digital Economy, Sosial Media and Online Shop*