

ABSTRAK

Meylia Ayu Kirana, 2023

: Pengaruh Transaksi *Digital* Dan Media Sosial Sebagai Pengembangan Usaha Online Shop Platform Facebook (Studi Pada UMKM Kecamatan Nongsa Kota Batam)

Dosen Pembimbing: Firmansyah Kusasi, ST., MM dan Rizki Yuli Sari, SE.,M.Si.AK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan Pengaruh Transaksi Digital Dan Media Sosial Sebagai Pengembangan Usaha Online Shop Platform Facebook (Studi Pada UMKM Kecamatan Nongsa Kota Batam). Populasi dalam penelitian ini adalah 99 orang pelaku usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kecamatan Nongsa Kota Batam. Pengambilan sampel dengan menggunakan nonprobability sampling yaitu teknik sampling jenuh. Sampel dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di Kecamatan Nongsa Kota Batam, sehingga jumlah sampel sebanyak 99 Responden. Jenis penelitian ini merupakan 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 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Transaksi Digital (X1), Media Sosial (X2) berpengaruh signifikan terhadap Online Shop (Y). hasil uji F diperoleh nilai F hitung 9,712 dengan nilai F tabel 3,09 mengidentifikasi bahwa variabel Transaksi Digital (X1), Media Sosial (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Online Shop (Y). berdasarkan uji koefisien determinasi, sekitar 43,2% variabel online shop (Y) dipengaruhi oleh variabel Transaksi Digital (X1), Media Sosial (X2). Sisanya 56,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak bisa dijelaskan dalam penelitian ini.

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

ABSTRACT

Meylia Ayu Kirana, 2023

: The Influence of the Digital Transactions and social Media As a Facebook for Online Shop Platform Business Development (Study on UMKM In Nongsa District, Batam City)

Supervisors: Firmansyah Kusasi, ST., MM and Rizki Yuli Sari, SE.,M.Si.AK

This study aims to explain the effect of digital transactions and social media on the development of Facebook's online shop platform business (studies on SMEs in Nongsa sub-district, Batam city). The population in this study were 99 Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Nongsa District, Batam City. Sampling using nonprobability sampling, namely saturated sampling technique. The sample in this study is Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Nongsa District, Batam City, so the number of samples is 99 respondents. This type of research is a 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 25. The results showed that partially the Digital Transaction (X1) and 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 9.712 with an F table value of 3.09 identifying that the variables Digital Transactions (X1), Social Media (X2) simultaneously have a significant effect on the Online Shop variable (Y). based on the coefficient of determination test, around 43.2% of the online shop variable (Y) is influenced by the variables Digital Transactions (X1), Social Media (X2). The remaining 56.8% is influenced by other factors that cannot be explained in this study.

Keyword: *Digital Transactions, Social Media and Online Shop*