

**PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL MELALUI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM UPAYA
MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA
TYMKOSMETIK TANJUNGPINANG**

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**



**YULIA NOVIANI
NIM: 2104020117**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Yulia Noviani
NIM : 2104020117
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Tymkosmetik Tanjungpinang

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan telah direvisi sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Hi. Iranita, S.E., M.Si
NIP. 197008272021212003

Dosen pembimbing II

Fradya Randa, S.E., M.E
NIP. 198909262022031005

Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Abdul Jalal, SE., M.Si</u> NIP.198508222019031012	Ketua Penguji		7/8/25
2. <u>Hj. Iranita, SE., M.Si</u> NIP.197008272021212003	Penguji I		6/8 2025
3. <u>Sufnirayanti, S.E. M.E</u> NIP.199208122022032011	Penguji II		5/8/2025
4. <u>Fradya Randa, SE., M.E</u> NIP.198909262022031005	Penguji III		7/8-25
5. <u>Nurhasanah, SE., M.Si</u> NIP.198309082024212016	Penguji IV		05/8/25

Tanggal Lulus: 04 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Maritim

Dr. Myrna Sofia, SE., M.Si
NIP.198207032015042001

Ketua Jurusan Manajemen Bisnis

Risdv Absari Indah Pratiwi, SE., M.Si
NIP.199012132018032001

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Yulia Noviani
Nim : 2104020117
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : "Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media

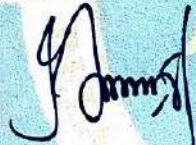
Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli
Konsumen Pada Tymkosmetik Tanjungpinang"

Disetujui untuk digunakan dalam Sidang Skripsi

Tanjungpinang, 16 Juni 2025

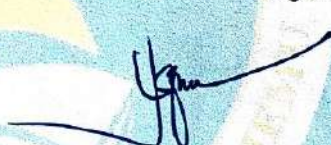
Menyetujui

Dosen Pembimbing I



Hj. Iranita SE., M.Si
NIP.197008272021212003

Dosen Pembimbing II



Eradva Randa SE., M.E
NIP.198909262022031005

Mengetahui,

**Koordinator Program Studi Manajemen
Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji**



Ezky Tivasiningsih SE., M.Si
NIP. 199202052022032010

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yulia Noviani

Nim : 2104020117

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim

Judul Skripsi : “Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Tymkosmetik Tanjungpinang”

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 31 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Yulia Noviani

Yulia Noviani
NIM. 2104020117

MOTTO

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan,
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”*

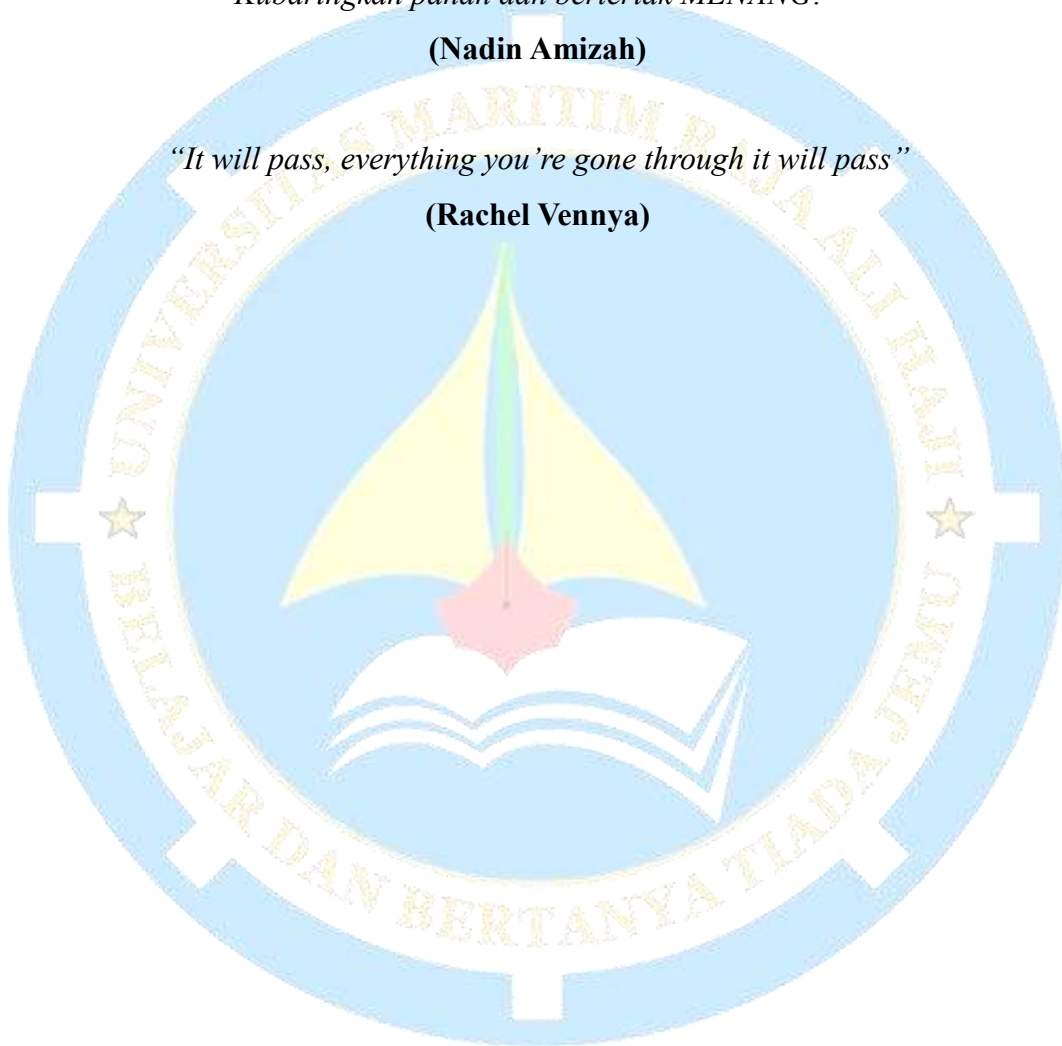
(QS. Al-Insyirah: 5-6)

*“Perang telah usai, aku bisa pulang
Kubaringkan panah dan berteriak MENANG!”*

(Nadin Amizah)

“It will pass, everything you’re gone through it will pass”

(Rachel Vennya)



KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Instagram dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Tymkosmetik Tanjungpinang”.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji. Sehubungan dengan selesainya Skripsi ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, S.Pi, DEA, selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji, selaku civitas akademik yang menjadi figur dalam Universitas Maritim Raja Ali Haji.
2. Ibu Dr. Myrna Sofia, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Bapak Indra Firdiyansyah, SE., M.Si, selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Ibu Nur Bayti, S.I.Kom., M.E. selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Ibu Ezky Tiyasiningsih, S.E., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Manajemen, dan Bapak Fradya Randa, S.E., M.E, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.

4. Ibu Hj. Iranita, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Fradya Randa, S.E., M.E, selaku Dosen Pembimbing II atas arahan, waktu, serta kesabaran dalam membimbing peneliti selama proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Abdul Jalal, SE., M.Si, Ibu Sufnirayanti, S.E.,M.E., dan Ibu Nurhasanah, S.E., M.Si selaku dosen penguji yang memberikan masukan dan saran selama sidang berlangsung serta seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim, Universitas Maritim Raja Ali Haji.
6. Kedua orang tua tersayang, Bapak Sumarno dan Ibu Sri Mulyani. Terimakasih atas segala pengorbanan dan cinta kasih yang selalu diberikan untuk anak bungsu perempuannya. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, namun mereka selalu mampu untuk mengusahakan segalanya, tak kenal lelah dalam mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga Bapak dan Ibu selalu sehat, panjang umur dan selalu ada dalam setiap episode kehidupan anak bungsu perempuan ini.
7. Kakak dan Abang, Anisa Noviana, Dody Prima dan Deny Tri Saputra. Terimakasih atas dukungan moril dan material yang diberikan kepada penulis selama menempuh studi hingga menyelesaikannya.
8. Keponakan tercinta Yasmin Adara Prima, terimakasih atas keceriaan dan kelucuan yang selalu menghibur, sehingga memberikan semangat bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.

9. Teman-teman “Geprek Galih” di antaranya Nadia, Nelfi, Suci, Sukur, Risma, dan Viona. Teman seperjuangan yang telah bersama-sama menapaki perjalanan sejak awal perkuliahan di tahun 2021. Terimakasih atas kebersamaan dalam suka dan duka menghadapi tantangan di masa perkuliahan, menjadi bagian yang tak terlupakan dalam perjalanan perkuliahan penulis. Semoga ikatan persahabatan ini tetap terjaga meskipun langkah kita akan terus berjalan ke arah yang berbeda.

10. Seluruh rekan-rekan semasa perkuliahan, teman-teman di masa organisasi, dan teman-teman PMM 4 UNNES, yang telah memberikan dukungan, kenangan dan kebersamaan yang berarti. Terimakasih juga kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun turut berkontribusi dalam proses perjalanan akademik penulis.

11. Terakhir kepada diri saya sendiri. Yulia Noviani, terimakasih sudah bertahan sampai sejauh ini. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggungjawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Berbahagialah selalu dimanapun dan kapanpun kamu berada, Lia. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena dengan segala keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang masih harus penulis tingkatkan lagi agar bisa lebih baik ke depannya. Oleh karena itu, penulis sangat menerima kritik dan saran yang membangun dari pihak mana pun. Semoga skripsi

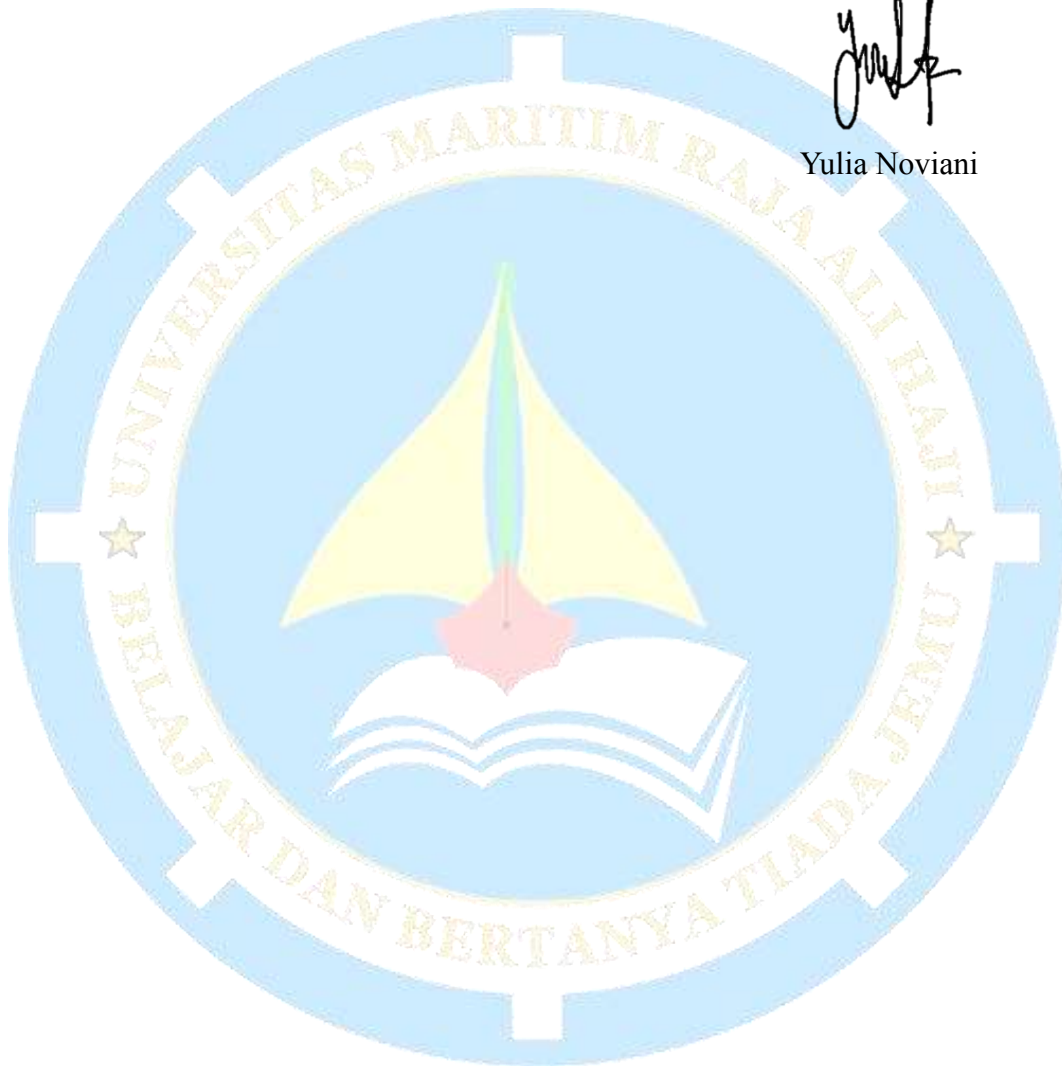
ini bermanfaat untuk siapapun yang membacanya, secara khusus untuk berbagai pihak yang berkaitan di bidang marketing.

Tanjungpinang, 31 Juli 2025

Penulis,



Yulia Noviani

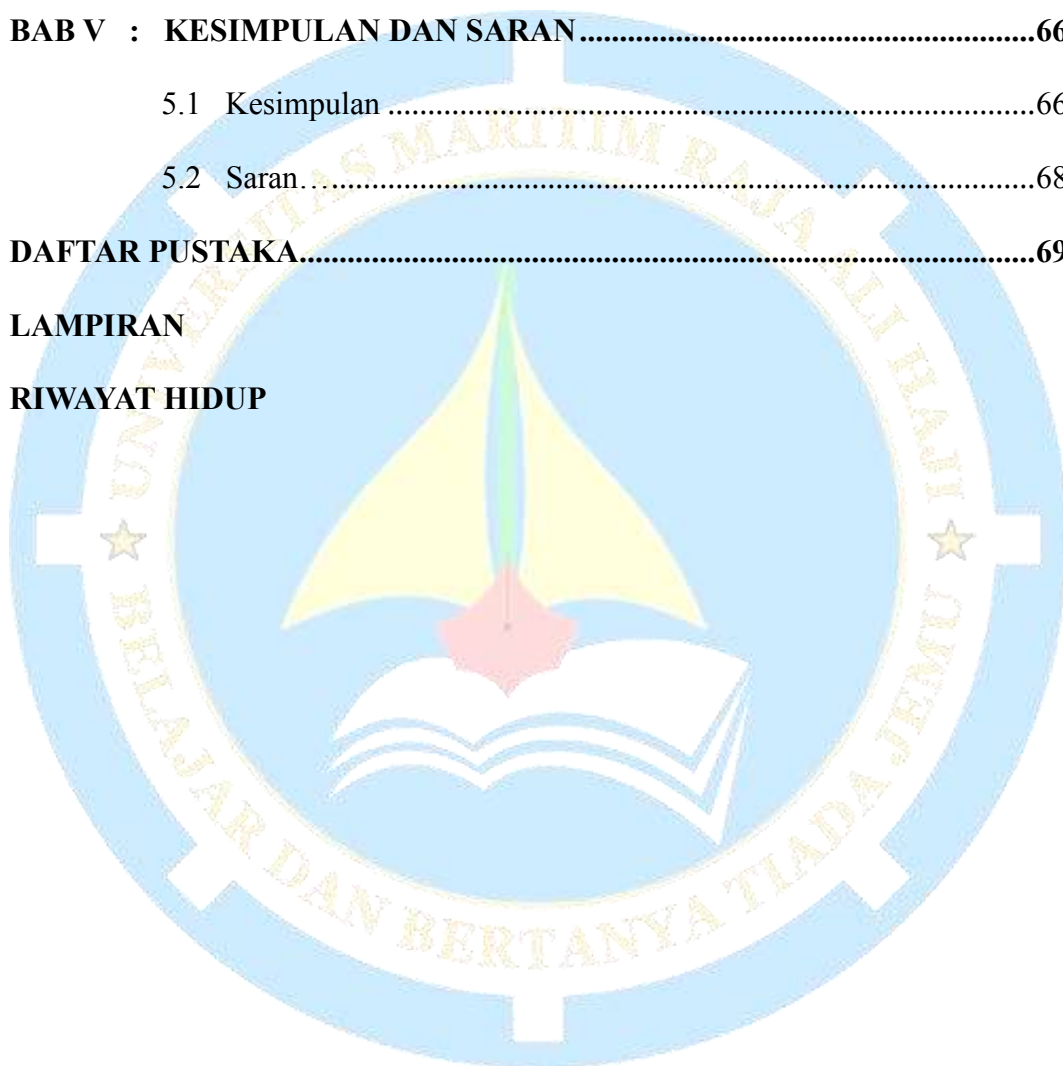


DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRAC</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Pembatasan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.7 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Strategi Pemasaran.....	11

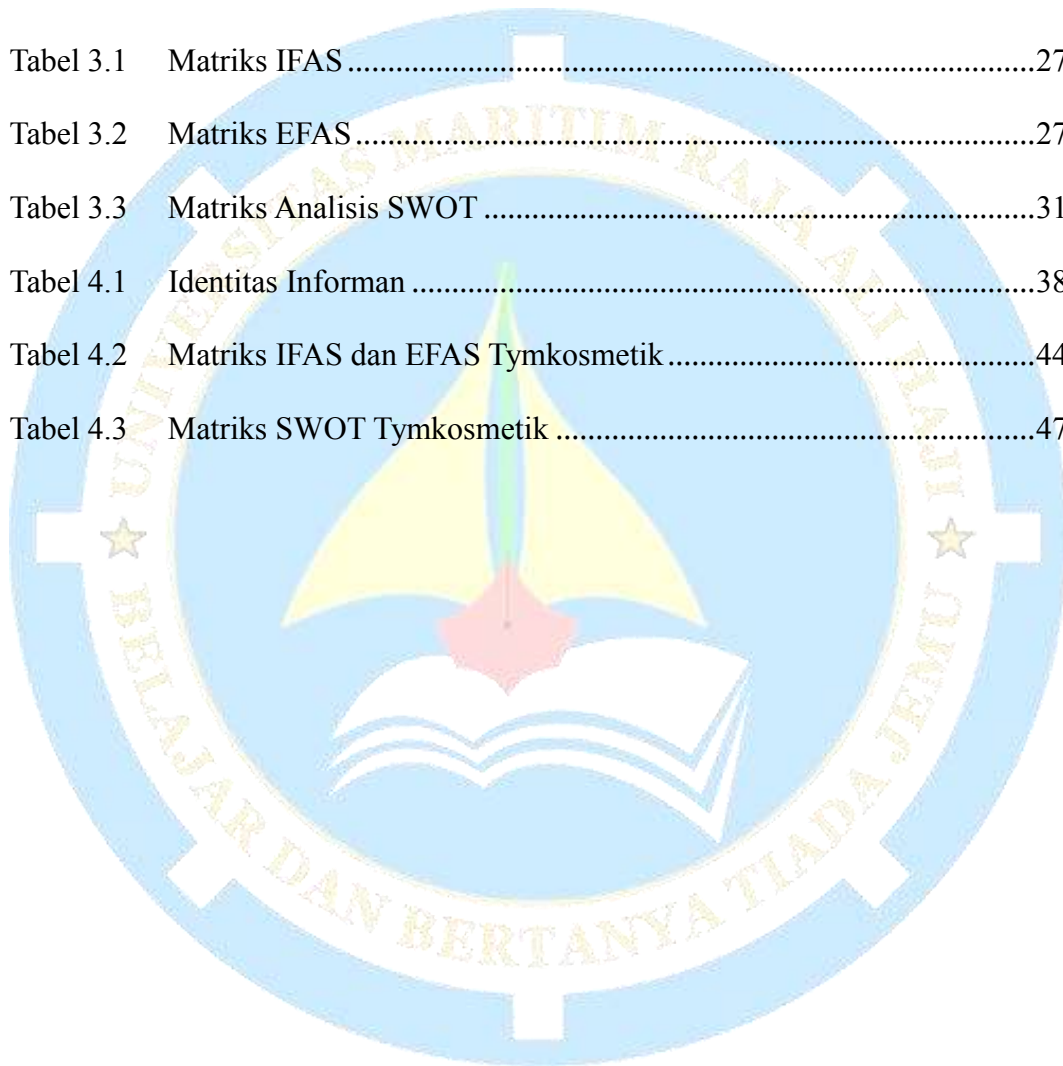
2.1.2	Pemasaran Digital.....	13
2.1.3	Media Sosial	14
2.1.4	Instagram	15
2.1.5	Minat Beli Konsumen.....	17
2.1.6	Strategi Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli.....	19
2.2	Review Penelitian Terdahulu.....	19
2.3	Kerangka Pemikiran	21
BAB III	: METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1	Objek dan Ruang Lingkupnya	23
3.2	Metode Penelitian.....	23
3.3	Prosedur Pengumpulan Data	23
3.3.1	Data Primer	24
3.3.2	Data Sekunder	26
3.4	Metode Analisis.....	26
3.4.1	Analisis SWOT	26
3.4.2	Model Miles <i>and</i> Huberman	32
3.5	Uji Keabsahan Data.....	33
BAB IV	: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1	Deskripsi Umum Toko Tymkosmetik	34
4.1.1	Sejarah Tymkosmetik.....	34
4.1.2	Keadaan Bisnis.....	35
4.1.3	Profil Data Informan	38
4.1.4	Analisis SWOT	39
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan	50

4.2.1 Miles <i>and</i> Huberman.....	50
4.2.2 Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Instagram Tymkosmetik.....	52
4.2.3 Efektivitas Pemasaran Digital Melalui Instagram Tymkosmetik.....	59
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Daftar Pesaing Onlineshop Kosmetik di Tanjungpinang	3
Tabel 1.2	Data Penjualan Tymkosmetik.....	6
Tabel 2.1	Review Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1	Matriks IFAS	27
Tabel 3.2	Matriks EFAS.....	27
Tabel 3.3	Matriks Analisis SWOT	31
Tabel 4.1	Identitas Informan	38
Tabel 4.2	Matriks IFAS dan EFAS Tymkosmetik.....	44
Tabel 4.3	Matriks SWOT Tymkosmetik	47



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 3.1	Analisis Diagram SWOT.....	29
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	35
Gambar 4.2	Produk Tymkosmetik	37
Gambar 4.3	Diagram Kuadran SWOT Tymkosmetik.....	45
Gambar 4.4	Proses Pengodean Data	50
Gambar 4.5	Penyajian Data.....	51
Gambar 4.6	Instagram <i>Story</i> Tymkosmetik.....	54
Gambar 4.7	Instagram <i>Feeds</i> Tymkosmetik	55
Gambar 4.8	Instagram <i>Reels</i> Tymkosmetik	56
Gambar 4.9	Instagram Pesaing Tymkosmetik.....	60
Gambar 4.10	Komentar Instagram Tymkosmetik	61
Gambar 4.11	Giveaway Tymkosmetik	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Daftar Pertanyaan Wawancara Penelitian.....	1
Lampiran 2	Transkrip Wawancara dengan Pemilik Tymkosmetik.....	4
Lampiran 3	Transkrip Wawancara dengan Konsumen Tymkosmetik.....	7
Lampiran 4	Dokumentasi Penelitian.....	14

