

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA PT NASA
DENGAN METODE QSPM DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

SKRIPSI



Oleh:

VERATAMA SETYA NINGTIAS

16610162

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO

2020



**STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA PT NASA
DENGAN METODE QSPM
DIKABUPATEN LAMPUNG SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Satu Persyaratan dalam Menempuh Gelar Sarjana

Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Metro

Oleh:

Veratama Setya Ningtias

NPM. 16610162

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2020

ABSTRAK

Veratama Setya Ningtias. NPM 16610162. 2020. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Pada PT Nasa Dengan Aplikasi Metode QSPM Distributor Lampung Selatan . Skripsi Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing: (1) Dr. Bambang Suhada, M.Si. (2) Karnilas Ali , B.BUS., MPA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Pada PT NASA Dengan Metode QSPM Dikabupaten Lampung Selatan.

Jenis penelitian yaitu penelitian Kuantitatif, dengan mengetahui data yang bersifat kuantitatif. Dalam penelitian ini adalah seluruh jajaran yang bekerjasama diNasa atau bisa juga dianggap reseller seluruh Lampung yang bergabung di Distributor Lampung Selatan. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dan menggunakan wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah Matriks IFE, Matrik EFE , Matriks IE dan SWOT dan langkah terakhir dengan QSPM.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial itu sangat efektif dengan membuat *Market Place* untuk strategi penjualan di era teknologi sekarang yang dilakukan Distributor NASA Lampung Selatan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Melalui Media Sosial Dengan Metode QSPM

Dikabupaten Lampung Selatan.

ABSTRACT

Veratama Setya Ningtias. NPM 16610162. 2020. Marketing Strategy through Social Media at PT Nasa with the Application of the South Lampung. Lampung QSPM in the district Method. Thesis Management Study Program Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Metro. Supervisor (1) Dr. Bambang Suhada, M.Si. (2) karnila Ali, B.Bus., MPA.

This study aims to determine the Marketing Strategy Through Social Media at PT Nasa with the Application of the South Lampung in the district QSPM Method.

This type of research is quantitative research, by knowing quantitative data. In this study, all staff working together in Nasa or could be considered resellers throughout Lampung who joined the South Lampung in the district. Data collection by distributing questionnaires and using interviews and dokumentation. Analysis of the data used is the IFE matrix EFE, Matrix IE and SWOT matrix and the final step with QSPM.

The results of this study indicate that the Marketing Strategy Through Social Media is very effective by creating a Market Place for the current technology sales strategy by NASA Lampung South .

Keywords: *Marketing Strategy, Through Social Media Using the South Lampung QSPM in the district Method.*

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA PT NASA
DENGAN METODE QSPM DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

VERATAMA SETYA NINGTIAS

NPM. 16610162

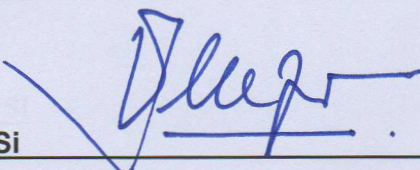
Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Jumat

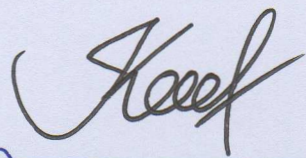
Tanggal : 17 Juli 2020

Tempat Ujian : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi

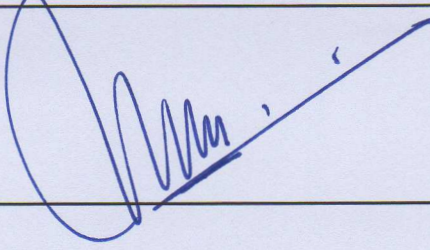
Tim Penguji :


Dr. Bambang Suhada, S.E., M.Si
NIDN. 0004126401

Penguji I


Karnila Ali, B.Bus., M.PA.
NIDN. 0204068502

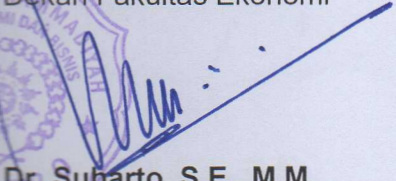
Penguji II


Dr. Suharto, S.E, M.M.
NIDN.0228035801

Penguji Utama

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Suharto, S.E., M.M.
NIDN. 0228035801



HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA PT NASA
DENGAN METODE QSPM DI KABUPATEN LAMPUNG SELATAN

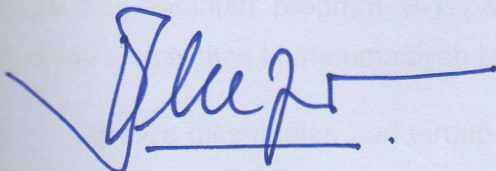
Oleh:

Veratama Setya Ningtias

NPM. 16610162

Telah Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I



Dr. Bambang Suhada, S.E. M.Si
NIDN. 0004126401

Dosen Pembimbing II



Karnila Ali, B.Bus., M.P.A
NIDN. 0204068502

Mengetahui,

Kaprodi Manajemen



Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Veratama Setya Ningtias

NPM : 16610162

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA PT NASA DENGAN METODE QSPM DIKABUPATEN LAMPUNG SELATAN**" adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik Sarjana Ekonomi dan akan mempertanggung jawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, 11 Juni 2020

Yang membuat pernyataan,



Veratama Setya Ningtias

NPM. 16610162

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٥) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦)

وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ (٨) فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ (٧)

fa-inna ma'a al'usri yusraan (5). inna ma'a al'usri yusraan (6). fa-idzaa faraghta fainshab (7). wa-ilaa rabbika fairghab (8).

Artinya: Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (5), sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (6). Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain (7), dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap (8). (QS Al-Insyiraih 49:5-8)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah yang tiada tara. Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu dinantikan syafaatnya kelak di yaumul kiyamah. Dalam penyusunan skripsi ini akan penulis persembahkan kepada:

1. Ayahanda (Riyanto) dan ibunda (Yuwantini) yang senantiasa kusayangi dan kuncintai yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepadaku serta memotivasiku dalam penyusunan skripsi ini.
2. Teruntuk diri sendiri yang berusaha sekuat tenaga fikiran untuk menyelesaikan skripsi ini karna ini sebagian ibadah karna menuntut ilmu.
3. Teruntuk sodara seperjuangan di IPM (Ikatan Pelajar Muhammadiyah) yang kusayangi dan kucintai yang telah memberiku dukungan dan motivasi serta keceriaan yang mengahruskan menyelesaikan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Keluarga besar yang selalu memberi semangat demi keberhasilan studyku.
5. Untuk Sahabat-sahabatku (Alisia Dewi N.H, Marcelia Pertiwi, Oktaviana dan Istiqomah) yang selalu membantu dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Untuk teman-teman angkatanku yang selalu membantu, berbagai keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terimakasih banyak.
7. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan almamaterku Universitas Muhammadiyah Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Maksud dari skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro. Judul dari skripsi ini adalah ***Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Pada PT Nasa Dengan Metode QSPM Dikabupaten Lampung Selatan***. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd Rektor Universitas Muhammadiyah Metro
2. Dr.Suharto, S.E, M.M Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro
3. Febriyanto, S.E, M.M, Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Dr. Bambang Suhada, M.Si Selaku dosen Pembimbing I Skripsi ini
5. Karnila Ali, B.Bus., M.P.A Selaku Pembimbing II skripsi ini
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan dapat dijadikan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) pada program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.

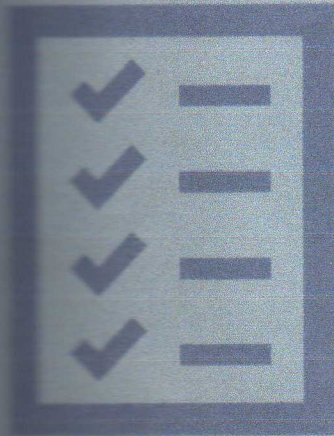
Metro, 11 Januari 2020,

Penulis

Veratama Setya N



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 1360/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : VERATAMA SETYA NINGTIAS
NPM : 16610162
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA PT NASA
DENGAN APLIKASI METODE QSPM LAMPUNG SELATAN**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 27 Juli 2020

Kepala Unit,



Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Jl. Dewantara No.116
Kec. Metro Timur Kota
Lampung, Indonesia

www.plummetro.ac.id
plummetro@gmail.com

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....	vi
HALAMAN UJI PLAGIARISME	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	viii
MOTTO	ix
PERSEMBAHAN.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	4
1. Identifikasi Masalah	4
2. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Deskripsi Teori	7
1. Manajemen Pemasaran	7
2. Strategi Pemasaran.....	10
3. Mengikuti Perkembangan IPTEK.....	20
4. Media Sosial.....	21
5. SWOT	26
6. QSPM	27
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	

A. Jenis Penelitian	30
B. Objek Lokasi Penelitian.....	30
C. Metode Penelitian	31
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Teknik Analisis Data.....	31
1. Penguji Persyaratan Instrumen	31
2. Alat Analisis	32
a. Matrik IFE	33
b. Matriks EFE	34
c. Matriks IE.....	35
d. Analisis SWOT.....	36
e. Analisis QSPM.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran umum dan objek penelitian.....	38
1. Sejarah singkat	39
2. Visi dan Misi	40
3. Struktur Organisasi.....	41
B. Hasil Penelitian	42
1. Pengujian Persyaratan Analisis	
a. Matriks IFE	43
b. Matriks EFE.....	44
c. Matrika IE	45
d. Matriks SWOT	47
e. Matriks QSPM	49
C. Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	52
B. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	27
---	----

Tabel 2. Matriks IFE.....	33
Tabel 3. Matriks EFE	34
Tabel 4. Matriks SWOT.....	36
Tabel 5. QSPM Produk Nasa.....	37
Tabel 6. Hasil Matriks IFE	43
Tabel 7. Hasil Matriks EFE	44
Tabel 8. Hasil Matriks SWOT.....	47
Tabel 9. Hasil QSPM	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perkembangan Penjualan	4
--	---

Gambar 2. Skema Proses Pemasaran.....	25
Gambar 3. Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4. Skor Total Bobot	66
Gambar 5. Struktur Jenjang Karir	41
Gambar 6. Hasil Perumusan Matrik Internal-Eksternal (IE).....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Kuesioner.....	59
Lampiran 2. Data Produk.....	61
Lampiran 3. Tabulasi Skor Total	66
Lampiran 4. Tabulasi Skor Bobot	