

**STRATEGI E-MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK BANDENG PRESTO ABANG UFIN KELURAHAN KEBUN SARI  
KECAMATAN AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

**KTI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)  
pada Program Studi Administrasi Bisnis



**OLEH :**

**NADYA PRIDANI SYARIFA**

**NPM : 202163411188**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS (D3)  
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)  
AMUNTAI  
2024**

**TANDA PERSETUJUAN**

**STRATEGI E-MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PRODUK BANDENG PRESTO ABANG UFIN KELURAHAN KEBUN SARI  
KECAMATAN AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**

**TUGAS AKHIR**

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal 28 Juli 2024

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

Disetujui

Ketua  
Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fadillah, S.Sos., M.A.B  
NIK. 19940609 201509 1020

Dosen Pembimbing

Eka Santi Agustina, S.Sos., MM, CIOaR, CIOaR  
NIDN. 112808801

Disahkan oleh  
Ketua  
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi



Dr. Reno Afrian, S.Sos., M.AP, CIOaR, CIOaR  
NIK. 198910250 201807 1030

PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

STRATEGI E-MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PRODUK BANDENG PRESTO ABANG UFIN KELURAHAN KEBUN SARI  
KECAMATAN AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA

Disusun oleh :

Nama : Nadva Pridani Syarifa

NPM : 202163411188

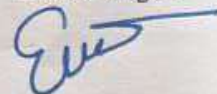
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai Pada Tanggal 28 Juli 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar ahli madya.

Susunan Tim Penguji

Nama Lengkap

Tanda Tangan

Ketua : Eka Santi Agustina, S.Sos., MM CIQaR, CIQnR



Merangkap

Anggota

Sekretasi : Jumai Latte, S.AB, M.AB, CIQnR



Merangkap

Anggota

Amuntai, 28 Juli 2024

Ketua

Program Studi Administrasi Bisnis



Haris Fadillah, S.Sos, M.A.B  
NIK. 19940609 201509 1020



Ketua

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi



Dr. Reno Afran, S.Sos., M.AP., CIQnR, CIQaR  
NIK. 198910250 201807 1030



**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN KTI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadya Pridani Syarifa

NPM : 202163411188

Judul KTI : Strategi E-Marketing Terhadap Keputusan Pembelian

**Konsumen Produk Bandeng Presto Abang Ufm Kelurahan**

**Kebun Sari Kecamatan Amuntai Tengah Kabupaten Hulu Sungai**

**Utara.**

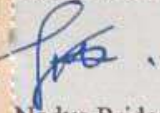
Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang saya tulis ini adalah hasil karya sendiri bukan hasil jiplakan atau plagiat dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar diploma di perguruan tinggi manapun. Sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah penulis atau terbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini disebut daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, apabila dikemudian hari ternyata saya terbukti melakukan pelanggaran akademik tersebut di atas, saya bersedia menerima sanksi dicabut ijazah serta gelar yang telah diberikan kepada saya.

Amuntai, 28 Juli 2024



ng membuat pernyataan,

  
Nadya Pridani Syarifa

## ABSTRAK

NADYA PRIDANI SYARIFA NPM : 202163411188, Judul “**STRATEGI E-MARKETING TERHADAP PEMBELIAN PRODUK BANDENG PRESTO ABANG UFIN KELURAHAN KEBUN SARI KECAMATAN AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA**” dibawah bimbingan Ibu Eka Santi Agustina, S.Sos, MM, CIQaR, CIQnR.

Internet begitu cepat berkembang hingga menjadi dasar berkembangnya dunia pemasaran. Pemasaran yang dilakukan melalui internet disebut juga pemasaran online atau e-marketing. Perusahaan atau pemasar banyak menggunakan media online untuk melakukan pemasaran guna untuk meminimalisir budget pengeluaran biaya pemasaran. Jika dibandingkan dengan melakukan pemasaran melalui media cetak, media online jauh lebih efektif dan efisien. Tetapi tanpa melakukan tatap muka dengan penjual akan membuat konsumen mudah meragukan kualitas produk, pelayanan produsen, cara pembayaran dan pengiriman dsb. Sehingga penjual harus mempunyai strategi e-marketing yang baik agar konsumen dapat percaya dengan kualitas produk dan pelayanan penjual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi e-marketing terhadap keputusan pembelian konsumen produk Bandeng Presto Abang Ufin. Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu dengan melakukan wawancara dengan Abang Ufinn secara langsung, observasi, dan dokumentasi data – data yang dimiliki maupun yang disampaikan Abang Ufin secara fakta. Serta untuk informasi tambahan yang dapat menguatkan informasi ini peneliti juga membuat kuesioner online untuk konsumen Abang Ufin yang mengharuskan konsumen memberi pendapatnya tentang faktor apa saja yang mempengaruhi mereka membuat keputusan pembelian produk bandeng presto. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi e-marketing yang Abang Ufin lakukan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk Bandeng Presto Abang ufin.

**Kata kunci : e-marketing, strategi, konsumen, online, produk.**

## **ABSTRACT**

**NADYA PRIDANI SYARIFA NPM : 202163411188, Judul “STRATEGI E-MARKETING TERHADAP PEMBELIAN PRODUK BANDENG PRESTO ABANG UFIN KELURAHAN KEBUN SARI KECAMATAN AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA” under the guidance of Ibu Eka Santi Agustina, S.Sos, MM, CIQaR, CIQnR.**

*The internet is developing so quickly that it has become the basis for the development of the world of marketing. Marketing carried out via the internet is also called online marketing or e-marketing. Many companies or marketers use online media to carry out marketing in order to minimize their marketing budget. When compared to marketing through print media, online media marketing is much more effective and efficient. However, without meeting face to face with the seller, consumers will easily doubt the quality of the product, the manufacturer's service, payment and delivery methods, etc. So sellers must have a good e-marketing strategy so that consumers can trust the quality of the seller's products and services. This research aims to analyze the influence of e-marketing strategies on consumer purchasing decisions for Bandeng Presto Abang Ufin products. The data in this research was collected using a qualitative approach, namely by conducting interviews with Abang Ufin directly, observing, and documenting the data that Abang Ufin had and conveyed in fact. And for additional information that can strengthen this information, researchers also created an online questionnaire for Abang Ufin consumers which requires consumers to give their opinions about what factors influence them in making decisions to purchase presto milkfish products. The results of this research indicate that Abang Ufin's e-marketing strategy has an influence on consumer purchasing decisions for Abang Ufin's Bandeng Presto products.*

**Keywords : e-marketing, strategy, consumers, online, products**

## KATA PENGANTAR

Tiada kata yang mewakili perasaan saya saat ini kecuali rasa syukur. Untuk itu, saya ucapkan terima kasih kepada Allah atas rahmat-Nya, saya dapat menyusun karya tulis ilmiah ini dengan baik. Meski mendapatkan kendala, tapi saya bisa melaluinya sehingga laporan penelitian berjudul **“STRATEGI PEMASARAN ONLINE TEHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK BANDENG PRESTO ABANG UFIN KECAMATAN AMUNTAI TENGAH KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA”** ini dapat terselesaikan tepat waktu.

Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat. Saya ucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang tak lelah menerima ajakan diskusi. Kemudian kepada klien saya Abang Ufin dan Istri yang mau di wawancarai dengan leluasa. Tanpa kesediaan mereka, saya tidak akan mendapatkan data yang lengkap untuk menyusun laporan ini. Selain itu saya sangat berterima kasih kepada suami, orang tua, dan saudara – saudara saya. Mereka telah memberikan dukungan serta doa sehingga saya memiliki kekuatan lebih untuk mengumpulkan data dan melakukan analisis.

Laporan penelitian ini sangat berkesan untuk saya secara personal. Alasan saya memilih topik ini karena melihat bahwa pemasaran produk Bandeng Presto Abang Ufin Secara Online sangat efisien dan efektif di zaman kemajuan teknologi seperti sekarang dan pada akhirnya, saya memutuskan untuk melakukan penelitian.

Dalam kesempatan ini saya menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Reno Afrian, S.Sos, M.AP, CIQnR, CIQaR selaku ketua Sekolah  
Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.

2. Ibu Eka Santi Agustina, S.Sos, MM, CIQaR, CIQnR selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu, memberikan pengarahannya, bimbingan dan petunjuk kepada saya sehingga KTI ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Bapak Taufin Aditya Warindra dan Ibu Eva Rianti selaku *Owner* Produk Bandeng Presto Abang Ufin yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian dan mau berpartisipasi memberikan informasi serta data – data tentang Produk Bandeng Presto Abang Ufin.
4. Seluruh dosen beserta staff tata usaha beserta jajarannya yang ada di Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.
5. Deny Firmansyah selaku suami saya yang mendukung, membantu, menemani saya saat melakukan penulisan dan penelitian sehingga KTI ini selesai tepat waktu.
6. Bapak Agus Budi Saputera selaku Ayah saya, Ibu Masrupah selaku Ibu saya, Taufin Aditya Warindra selaku kakak tertua saya, Dimas Danu Setia selaku kakak kedua saya, Tasya Delia Puteri selaku kaka ketiga saya, dan yang terakhir Zeta Mutia Adinda selaku kakak ke empat saya terima kasih atas dukungan, doa dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan KTI ini.
7. Seluruh pihak yang terkait dalam penyelesaian KTI ini yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu.

Saya menyadari bahwa karya tulis ilmiah ini masih banyak kekurangan. Sebagai penulis, saya berharap pembaca bisa memberikan kritik agar tulisan selanjutnya jauh lebih baik.

Di sisi lain, saya berharap pembaca menemukan pengetahuan baru dari laporan penelitian ini. Walaupun tulisan ini tidak sepenuhnya bagus, saya berharap

ada manfaat yang bisa diperoleh oleh pembaca. Demikian sepatah dua patah kata dari saya. Terima kasih

Amuntai, 23 Januari 2024

Nadya Pridani Syarifa

## DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN .....	i
PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	6
1.3 Rumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II.....	9
LANDASAN TEORI .....	9
2.1. HASIL PENELITIAN TERDAHULU.....	9
2.2. TINJAUAN TEORITIS.....	11

2.2.1	Pemasaran Online.....	11
2.2.2	Dampak Pemasaran Online terhadap Keputusan Pembeli .....	12
2.2.3	Strategi Pemasaran Online .....	13
2.2.4	Pengambilan Keputusan .....	14
2.2.5	Konsep dasar Pengambilan Keputusan .....	14
2.2.6	Tujuan Pengambilan Keputusan.....	16
2.2.7	Tahap Pengambilan Keputusan .....	16
2.2.8	Keputusan Pembelian .....	17
2.3.	KERANGKA PEMIKIRAN.....	19
BAB III.....		20
METODE PENELITIAN .....		20
3.1	Lokasi Penelitian .....	20
3.2	Pendekatan Penelitian.....	20
3.3	Tipe Penelitian.....	20
3.4	Data dan Sumber Data.....	21
3.5	Desain Operasional Penelitian.....	22
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.7	Teknik Analisis Data .....	26
3.8	Uji Kredibilitas Data.....	27
BAB IV .....		28
HASIL DAN PEMBAHASAN .....		28

4.1	HASIL .....	28
4.2	PEMBAHASAN.....	30
4.3	UJI KREDIBILITAS DATA.....	37
BAB V.....		40
PENUTUP.....		40
5.1	KESIMPULAN .....	40
5.2	SARAN .....	40
DAFTAR PUSTAKA .....		42
LAMPIRAN - LAMPIRAN		

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Desain Operasional Penelitian .....	22
Tabel 4. 1 Peningkatan Penjualan Bandeng Presto Dari Tahun 2019 - 2024 .....	32

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	19
Gambar 4. 1 Status WhatsApp Abang Ufin "Masalah" .....	33
Gambar 4. 2 Status WhatsApp Abang Ufin "Solusi" .....	33