



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**PENGARUH PENGGUNAAN FITUR INSTAGRAM *SHOPPING*,
INOVASI PRODUK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PENJUALAN *HAMPERS* MUSLIM DI CLOREY ID**

**DISUSUN OLEH:
ELVA EZRA ZALIKA RASENDRIYA
4417020050**

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
PROGRAM PENDIDIKAN SARJANA TERAPAN**

**JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2022



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



**PENGARUH PENGGUNAAN FITUR INSTAGRAM *SHOPPING*,
INOVASI PRODUK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
PENJUALAN *HAMPERS* MUSLIM DI CLOREY ID**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada
Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

DISUSUN OLEH:
ELVA EZRA ZALIKA RASENDRIYA
4417020050

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
2022**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Elva Ezra Zalika Rasendriya

NIM : 4417020050

Tanda tangan :



Tanggal : 17 Agustus 2022

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Elva Ezra Zalika Rasendriya

NIM : 4417020050

Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram *Shopping*, Inovasi Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan *Hampers* Muslim di Clorey ID

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Akuntansi pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Aminah, S.E., M.M.

()

Anggota Penguji : Ady Arman, S.Pd., M.KI.

()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 17 Agustus 2022

Ketua Jurusan Akuntansi



Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M

NIP. 196404151990032002

Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : ELVA EZRA ZALIKA RASENDRIYA
Nomor Induk Mahasiswa : 4417020050
Jurusan/Program Studi : Akuntansi / D4 Keuangan dan Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram *Shopping*,
Inovasi Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap
Penjualan *Hampers* Muslim di Clorey ID

Disetujui oleh:

Pembimbing

Ady Arman, S.Pd., M.KI.
NIP. 198004082015041001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Ketua Program Studi

Ida Syafrida, S.E., M.Si.
NIP.19760204200501200

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat taufik dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini tepat pada waktunya. Pada kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang sudah membantu, diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Dr. Sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Ida Syafrida, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah sekaligus dosen pada beberapa mata kuliah kompetensi program studi Keuangan dan Perbankan Syariah
4. Bapak Ady Arman, S.Pd., M.KI selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji II Skripsi peneliti.
5. Ibu Aminah, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji I Skripsi peneliti.
6. Bapak H. Darna, S.E., M.Si selaku Dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian.
7. Seluruh dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu di Politeknik Negeri Jakarta.
8. Seluruh staf Administrasi Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
9. Teristimewa, Bapak Arif Bowo S dan Ibu Rani Dewi Rahmani yang selama ini telah memberikan dukungan baik moral maupun material serta doa yang teruntai sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi terapan ini.
10. Keluarga tercinta, Kak Safira, Farah, Rafi, Aura, dan seluruh seisi rumah peneliti yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk peneliti.
11. Sahabat baik saya, Ressa Widia Agustin S.Pd dan Muhammad Naufal Amanullah S.Psi yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

12. Teman baik saya, Muhammad Irsyad yang selalu membantu, mendoakan, dan memberikan semangat serta motivasi kepada peneliti.
13. Terima kasih teman-teman “Rich Onty” yang setia menemani dan mendukung sampai selesai.
14. Semua pihak yang terlibat di kehidupan peneliti yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas segala bantuan dan dukungan selama ini.

Semoga Allah SWT selalu membalas seluruh amalan dan perbuatan semua pihak yang telah membantu penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu adanya kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna perbaikan dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah ilmu pengetahuan bagi semua pihak.

Depok, 23 April 2022

Elva Ezra Zalika Rasendriya
NIM. 4417020050

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elva Ezra Zalika Rasendriya
NIM : 4417020050
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH PENGGUNAAN FITUR INSTAGRAM *SHOPPING*, INOVASI PRODUK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN *HAMPERS MUSLIM* DI CLOREY ID

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 17 Agustus 2022

Yang menyatakan

Elva Ezra Zalika Rasendriya



Elva Ezra Zalika Rasendriya
Keuangan dan Perbankan Syariah

Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram *Shopping*, Inovasi Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan *Hampers* Muslim di Clorey ID

ABSTRAK

Belanja menggunakan *platform/social media* tidak hanya mengikuti *trend* dan memenuhi keinginan, melainkan untuk dilihat kegunaan dan manfaat dari produk *hampers* muslim. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh fitur Instagram *shopping*, inovasi produk, dan kepuasan konsumen terhadap penjualan *hampers* muslim di clorey ID. Populasi penelitian adalah masyarakat pengguna Instagram aktif yang termasuk *followers* clorey ID. Metode pengumpulan data penelitian menggunakan teknik kuesioner yang ditetapkan menggunakan skala *likert* 1-4 (genap). Jumlah sampel penelitian yang telah dihitung menggunakan rumus Slovin yaitu sebanyak 123 responden. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan pengolahan data menggunakan *software* IBM SPSS 23. Terdapat tiga variabel independen, yaitu Instagram *shopping*, inovasi produk, dan kepuasan konsumen. Sedangkan terdapat satu variabel dependen, yaitu penjualan. Dengan $\alpha = 5\%$ dan selang kepercayaan = 95%, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh Instagram *shopping*, inovasi produk, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap penjualan *hampers* muslim di Clorey ID. Hasil penelitian diharapkan dapat berguna bagi pelaku produsen *hampers* muslim dan bagi masyarakat/pembeli produk *hampers* muslim dalam menjual dan belanja *online* secara tepat.

Kata Kunci: Instagram *Shopping*, Inovasi Produk, Kepuasan Konsumen, Penjualan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Elva Ezra Zalika Rasendriya
Keuangan dan Perbankan Syariah

Pengaruh Penggunaan Fitur Instagram *Shopping*, Inovasi Produk, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Penjualan *Hampers* Muslim di Clorey ID

ABSTRACT

Shopping using platforms / social media is not only to follow trends and fulfill desires, but to see the usefulness and benefits of Muslim hampers products. This study was conducted to analyze the influence of Instagram shopping features, product innovation, and consumer satisfaction on the sale of Muslim hampers on clorey ID. The study population is an active Instagram user community that includes clorey ID followers. The research data collection method uses a the results showed that the influence of Instagram shopping, product innovation, and consumer satisfaction had a significant positive effect on the sale of Muslim hampers on Clorey ID. Research results are expected to be useful for Muslim hampers producers and for the public / buyers of Muslim hampers products in selling and shopping online appropriately. questionnaire technique that is set using a likert scale of 1-4 (even). The number of research samples that have been calculated using the Slovin formula is 123 respondents. The method used is multiple linear regression analysis and data processing using IBM SPSS 23 software. There are three independent variables, namely Instagram shopping, product innovation, and consumer satisfaction. Meanwhile, there is one dependent variable, namely sales. With a significance level of $\alpha = 5\%$ and $CI = 95\%$,

Keywords: Instagram Shopping, Product Innovation, Customer Satisfaction, Sales

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR ISI

SKRIPSI TERAPAN	i
SKRIPSI TERAPAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I – PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II – TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 <i>Social Media Marketing</i>	9
2.1.2 Instagram	11
2.1.3 Instagram <i>Shopping</i>	12
2.1.4 <i>Hampers</i>	13
2.1. 5 <i>Hampers</i> Muslim	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Pemikiran	16

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.4 Hipotesis	16
BAB III – METODOLOGI PENELITIAN.....	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Objek Penelitian	18
3.3 Metode Pengambilan Sampel	18
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian	19
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.6 Metode Analisis Data.....	21
3.6.1 Uji Kualitas Data	21
3.6.2 Uji Asumsi Klasik (Uji Model)	22
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	23
3.6.4 Uji Hipotesis (Uji Goodness of Fit).....	23
BAB IV – HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Hasil Penelitian	26
4.1.1 Gambaran Umum <i>Online Shop</i>	26
4.1.2 Gambaran Umum Responden	27
4.2 Pembahasan	30
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Pre-Test</i>).....	31
4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	32
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	34
4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda	36
4.2.6 Uji Hipotesis	38
4.3 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	40
4.3.1 Pembahasan Pengaruh Fitur Instagram <i>Shopping</i> terhadap Penjualan <i>Hampers</i> Muslim.....	41
4.3.2 Pembahasan Pengaruh Inovasi Produk terhadap Penjualan <i>Hampers</i> Muslim.....	42
4.3.3 Pembahasan Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Penjualan <i>Hampers</i> Muslim.....	42
4.3.4 Pengaruh Simultan terhadap Penjualan <i>Hampers</i> Muslim	42
BAB V - PENUTUP	44



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

5.1 Kesimpulan..... 44
5.2 Saran 45
DAFTAR PUSTAKA 47
LAMPIRAN 49



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	16
Gambar 4. Foto Produk Clorey.id	27



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian terdahulu	14
Tabel 2. Skala likert.....	20
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	27
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	28
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	28
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	29
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili	30
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Pre-Test	31
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Pre-Test	32
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	33
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	35
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	35
Tabel 4. 12 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
Tabel 4. 13 Hasil Uji t (Parsial)	38
Tabel 4. 14 Hasil Uji f (Simultan)	39
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted-R).....	40
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis	40

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Covid-19 yang melanda dunia, termasuk Indonesia, membuat masyarakat mengurangi interaksi secara langsung sehingga jual-beli banyak dilakukan secara *online*. Penelitian yang dilakukan oleh *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) menemukan bahwa penjualan *online* menyumbang hampir seperlima dari omzet di tujuh negara industri pada tahun 2020. Penjualan *online* di berbagai Negara seperti di Australia naik 59%, 46,7% di Inggris, 32,4% di AS, 14,6% di Cina, dan di Indonesia melonjak 320% pada Maret 2020 dan 480% pada April 2020, Omzet meningkat 22,4% menjadi \$ 2,5 triliun (Rp 36 ribu triliun).

Inovasi produk dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan pelaku usaha pembuat produk untuk memperbaiki, meningkatkan, dan mengembangkan produk yang diproduksi selama ini agar selalu *up to date*. Inovasi produk adalah pengenalan barang atau jasa yang benar-benar baru atau telah melalui peningkatan yang signifikan terkait karakteristik atau tujuan penggunaan produk tersebut. Inovasi produk memiliki manfaat, seperti memberikan nilai plus pada produk sehingga bisa menarik perhatian para konsumen. Dengan begitu, konsumen akan mencoba untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Jika perusahaan tetap menggunakan produk yang sama dalam waktu yang lama tanpa adanya ide baru, maka akan kalah saing dengan produsen lain.

Inovasi telah banyak diperbincangkan dan disamaartikan sebagai mesin pertumbuhan. Inovasi juga menimbulkan pertumbuhan walaupun dalam kondisi ekonomi yang lebih besar. Para ahli ekonomi abad ke sembilan belas meneliti bahwa akselerasi dalam pertumbuhan ekonomi merupakan hasil dari perkembangan teknologi. Namun demikian, hanya sedikit usaha yang dapat dilakukan untuk mengetahui bagaimana perubahan teknologi berkontribusi terhadap perkembangan ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Menurut Trott, (2017), Schumpeter merupakan salah satu ahli ekonomi pertama yang menekankan pentingnya produk baru sebagai dorongan pertumbuhan ekonomi. Schumpeter berargumen bahwa persaingan produk baru jauh lebih penting daripada hanya perubahan harga oleh produk yang sudah ada.

Ilmu ekonomi neoklasik merupakan suatu teori pertumbuhan ekonomi yang menjelaskan bagaimana tabungan dan investasi bereaksi terhadap pertumbuhan populasi dan perubahan teknologi. Jual beli secara *online* menurut Islam diperbolehkan karena sama hukumnya dengan jual beli melalui surat menyurat. Adanya ijab qabul yang terjadi dianggap sama dengan jual beli secara langsung, namun ada syarat apabila ingin melakukan jual beli di toko online (*online shop*). Syaratnya toko online (*online shop*) seperti yang dikutip dalam REPUBLIKA.CO.ID (Yolanda, 2018) yaitu sebagai berikut:

- a. Barang/jasa halal. Tidak diperbolehkan belanja barang haram baik karena fisiknya seperti minuman memabukkan maupun nonfisiknya, seperti mainan yang merusak moral.
- b. Barang/jasa yang diprioritaskan untuk dibeli agar tidak mengakibatkan kemubadziran.
- c. Barang yang dibeli harus jelas spesifikasi dan kriterianya. Seperti foto katalog, harga, dan ukurannya agar terhindar dari ketidakjelasan atau gharar.
- d. Pembeli diberikan hak untuk membatalkan jual beli apabila barang yang diterima tidak sesuai kriteria dan pesanan.

Seperti yang dikatakan sesuai Firman Allah SWT dalam QS: An-Nisa Ayat 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa: 29)

Tingkat perubahan teknologi akan memengaruhi tingkat pertumbuhan ekonomi, namun tingkat pertumbuhan ekonomi tidak memengaruhi perubahan teknologi. Perubahan teknologi lebih banyak dipengaruhi oleh adanya kesempatan. Teori ekonomi neoklasik juga menekankan konsentrasi pada kinerja ekonomi. Hal ini lebih menekankan pada usaha untuk menghindari perbedaan-perbedaan di antara berbagai perusahaan dalam lini bisnis yang sama. Setiap perubahan diasumsikan sebagai refleksi dari perubahan-perubahan lingkungan pasar yang dihadapi organisasi. Oleh karena itu, perbedaan tidak terjadi karena adanya pilihan, tetapi merupakan refleksi dari situasi di mana perusahaan beroperasi.

Pengertian mengenai inovasi yang telah dibahas sebelumnya menunjukkan bahwa keberhasilan suatu inovasi mungkin akan memerlukan perubahan-perubahan dalam organisasi. Perubahan-perubahan yang substansial biasanya terjadi pada bidang manufaktur, pemasaran, dan penjualan.

Inovasi yang semakin banyak dibicarakan ini mempunyai arti proses yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk menemukan teknologi baru, inovasi, penelitian, dan produk secara eksternal. Inovasi terbuka mengarahkan pada praktik pengembangan produk secara *outsourcing*. Inovasi terbuka juga dapat menekan risiko dan juga melahirkan ide-ide baru yang tidak terpikirkan sebelumnya. Kunci utama keberhasilan inovasi terbuka adalah memilih *partner* yang tepat. *Outsourcing* merupakan salah satu pilihan melaksanakan inovasi yang dapat meminimalkan risiko karena adanya pengalaman dan pengetahuan yang

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lebih luas dari pihak luar. Inovasi dapat berupa inovasi produk, proses, organisasi, maupun jasa.

Perkembangan komunikasi juga telah memengaruhi perkembangan ekonomi. Transaksi jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan secara langsung (*offline*) namun sekarang dapat dilakukan melalui media elektronik (*online*). Media elektronik saat ini dikenal adanya *socialnetwork* dimana *chatting* (obrolan) menjadi salah satu pilihan cara berkomunikasi. Hal ini pula yang membuat komunikasi menjadi lebih bervariasi sehingga banyak orang mencoba untuk memanfaatkannya.

Salah satu pemanfaatannya antara lain pada bidang promosi penjualan (*marketing promotion*). Banyaknya pilihan media promosi saat ini membuat persaingan usaha semakin ketat. Hal ini dimanfaatkan oleh pengusaha baru (*newcomer*) untuk mempromosikan produk atau jualan mereka diantaranya dengan memanfaatkan *socialnetwork* dan berbagai macam *platform* salah satunya adalah Instagram.

Pada awalnya Instagram sendiri berkembang dari aplikasi iPhone untuk berbagi foto hingga sekarang menjadi sebuah perusahaan sosial internet yang berkembang. Selain Instagram pada iPhone, Instagram juga dapat digunakan pada *iPad*, *iPod Touch* dan android, yang banyak beredar di pasaran, sehingga mudah para pengguna *smartphone* selain iPhone dapat menggunakan media Instagram ini. Instagram terlihat bertambah fungsi menjadi tempat strategis para pebisnis untuk memasarkan barang dagangannya melalui foto. Produk jualan onlinenya mulai dari tas, sepatu, hingga baju *fashion*, dan *hampers*.

Promosi dan produk tidak dapat dipisahkan, dua hal ini yang saling berkaitan untuk menuju suksesnya pemasaran. Di sini harus ada keseimbangan, produk yang sesuai dengan selera konsumen, dibarengi dengan teknik promosi yang tepat akan sangat membantu suksesnya usaha marketing.

Maka dari itu, dalam mengimbangi produk dan persaingan dari produsen lain, pembaruan produk harus dilakukan. Siapa yang unggul maka itulah yang akan menang di pasar persaingan. Pada masa kini, salah satu persaingan di Indonesia yang mayoritas beragama Islam adalah dalam bentuk inovasi produk



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

“*hampers muslim*”. Pengemasan produk yang unik dapat menarik perhatian konsumen dalam membeli produk ditambah dengan harga yang sangat terjangkau.

Pada masa pandemi seperti ini, banyak masyarakat di Indonesia banyak yang membeli *hampers muslim* secara *online* daripada *offline*. Peneliti sudah melakukan penelitian pendahuluan kepada beberapa responden melalui Instagram dan hasilnya terdapat banyak konsumen yang sudah melakukan kegiatan belanja *online*, termasuk dalam belanja *hampers muslim*. Konsumen juga banyak melakukan transaksi jual beli produk *hampers muslim* melalui *platform Instagram shopping* karena ditinjau lebih efektif mulai dari pemesanan produknya mudah, tidak perlu mengunjungi lokasi penjual, dan pengiriman produk *hampers muslim* murah serta mudah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH PENGGUNAAN FITUR INSTAGRAM *SHOPPING*, INOVASI PRODUK, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PENJUALAN *HAMPERS MUSLIM* DI CLOREY ID”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan studi literatur, seharusnya sektor penjualan *online* dapat meningkatkan perekonomian. Namun faktanya, covid-19 yang melanda Indonesia ini menyebabkan *online shop* yang tak sedikit mengalami penurunan pembeli dan bahkan sampai mengalami kebangkrutan. Sehingga dengan cara mengetahui strategi *social media marketing* yang cocok dapat meningkatkan kembali penjualan *hampers muslim* di *platform Instagram* khususnya fitur *Instagram Shopping*, inovasi produk, dan kepuasan konsumen akan memudahkan proses produksi, distribusi dan konsumsi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat dibuat pertanyaan penelitian sebagai berikut:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. Bagaimana pengaruh fitur Instagram *shopping* pada *online shop hampers muslim* di *platform* instagram?
2. Bagaimana pengaruh inovasi produk *hampers muslim* terhadap penjualan melalui fitur Instagram *shopping*?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap pembelian produk *hampers muslim* pada fitur Instagram *shopping*?
4. Bagaimana pengaruh fitur Instagram *shopping*, inovasi produk, dan kepuasan konsumen secara simultan terhadap penjualan *hampers muslim* di clorey ID?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh fitur Instagram *shopping* pada *online shop hampers muslim* di *platform* Instagram
2. Menganalisis pengaruh inovasi produk *hampers muslim* terhadap penjualan melalui fitur Instagram *shopping*
3. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap pembelian produk *hampers muslim* pada fitur Instagram *shopping*
4. Menganalisis pengaruh fitur Instagram *shopping*, inovasi produk, dan kepuasan konsumen secara simultan terhadap penjualan *hampers muslim* di clorey ID

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber bacaan yang dapat menambah ilmu dibidang wirausaha khususnya yang berkaitan dengan inovasi produk dalam penjualan *hampers muslim* dengan memanfaatkan *platform* Instagram sebagai media promosinya.



2. Manfaat Praktis

a. Bagi wiraswasta

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh pembaca terutama wirausahawan yang baru atau sudah memulai berbisnis terutama di bidang *hampers* muslim.

b. Bagi pelaku produsen *hampers* muslim

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku produsen *hampers* muslim dengan mengadakan inovasi produk dan tempat yang sesuai dalam menjual *hampers* muslim. Misalnya mengetahui kapan saatnya harus mempunyai *brand positioning strategy* terkait dengan produk *hampers* muslim yang menciptakan kesan unik dan berbeda dari para pesaing pasar. Sehingga dapat mencapai target keputusan konsumen yang akan berpengaruh terhadap penjualan produk *hampers* muslim.

c. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan masyarakat mengenai produk-produk di *platform* Instagram sehingga bisa memberikan kontribusi yang signifikan dalam berbelanja secara *online*.

1.6 Sistematika Penulisan

Bagian ini menjabarkan tentang struktur penulisan dari skripsi secara menyeluruh dari awal sampai akhir, yang terdiri dari lima bab. Masing-masing bab memiliki subbab-subbab yang berhubungan satu sama lain, yaitu:

Bab I, Pendahuluan. Pada bab ini memuat latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah yang akan diteliti, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, dan sistematika penulisan

Bab II, Tinjauan Pustaka. Pada bab ini memuat tentang teori-teori untuk mendukung penelitian dari jurnal ilmiah dan keterangan buku dan memuat teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian,

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

seperti teori strategi pemasaran, penjualan produk secara online, inovasi produk *hampers* muslim, dan teori mengenai *platform* Instagram Shops. Tinjauan pustaka yang memuat penelitian-penelitian terdahulu berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, Kerangka pemikiran berisi gambaran pemikiran yang disusun menjadi konsep dari penelitian ini, serta hipotesis sebagai jawaban sementara sebelum adanya penelitian.

Bab III, Metode Penelitian. Pada bab ini memuat metode yang digunakan dalam penelitian yang meliputi jenis penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

Bab IV, berisi Hasil Penelitian dan Pembahasan menguraikan tentang hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu hasil analisis faktor strategis dan hasil perumusan strategi yang kemudian dijelaskan secara deskriptif.

Bab V, berisi Kesimpulan pembahasan dari penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian dan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian ini.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang terdiri dari total 3 variabel independen (X) dan 1 variabel dependen (Y) dilakukan menggunakan IBM SPSS 23 dengan metode analisis regresi linear berganda. Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, terdapat empat hipotesis dimana seluruh hipotesis dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan. IBM SPSS 23 mampu melakukan seluruh pengujian yang terdapat pada penelitian ini, mulai dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

Pada variabel fitur Instagram *shopping*, diduga memiliki penelitian yang berpengaruh signifikan terhadap penjualan *hampers* muslim dan ternyata penelitian ini berjalan dengan lancar sehingga hasil yang didapatkan sesuai dengan hipotesis, yaitu fitur Instagram *shopping* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penjualan *hampers* muslim di Clorey.id. Berdasarkan hasil penelitian dari jawaban 123 responden, hal ini berarti terbukti bahwa banyak konsumen merasa mudah dalam menggunakan fitur Instagram *shopping* untuk berbelanja *hampers* muslim di Clorey.id. Tidak hanya berbelanja saja, namun konsumen juga dapat dengan mudah memberikan kritik dan saran melalui Instagram guna membuat Clorey.id menjadi lebih baik kedepannya.

Pada variabel inovasi produk, didapatkan hasil sesuai dengan hipotesis, yaitu inovasi produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penjualan *hampers* muslim di Clorey.id, yang artinya banyak konsumen tertarik untuk bertransaksi *hampers* muslim di Clorey.id karena produk yang dijual bervariasi, selalu kreatif dan inovatif dalam merangkai produk *hampers*.

Pada variabel kepuasan konsumen, didapatkan hasil sesuai dengan hipotesis, yaitu kepuasan konsumen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap penjualan *hampers* muslim di Clorey.id, yang artinya dari segi kepuasan konsumen, banyak konsumen sudah merasa aman, nyaman, dan tenang ketika berbelanja produk *hampers* muslim di Clorey.id, juga saat melayani para

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



konsumen secara ramah dan konsumen dapat melakukan pemesanan produk *hampers* muslim sesuai *request* yang diharapkan.

Secara keseluruhan, kesimpulan penelitian ini adalah apabila *online shop* Clorey.id dapat mengetahui cara untuk meningkatkan penjualan *hampers* muslim di masa pandemi covid-19 ini, dengan menggunakan *social media marketing* yang cocok, yaitu fitur Instagram *shopping*, inovasi produk, dan memerhatikan kepuasan konsumen, maka akan berpeluang untuk Clorey.id memperoleh konsumen dalam berbelanja produk *hampers* muslim.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan sebagai berikut:

Melihat dari keseluruhan penelitian yang telah diteliti, masih banyak yang dapat dikembangkan dari penelitian ini pada penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel independen lain yang diduga berpengaruh terhadap penjualan *hampers* muslim, misalnya fitur TikTok *marketplace*, kualitas produk, dan pengaruh *endorser*. Pada metode penelitiannya juga dapat ditambahkan menggunakan uji heteroskedastisitas agar lebih lengkap. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan skala *likert* 1-4 (genap) sehingga memudahkan responden untuk memilih jawabannya dan lebih jelas apakah cenderung setuju ataupun tidak setuju. Dengan begitu, proses pengolahan data akan lebih mudah dan jawaban dapat sesuai dengan hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Bagi produsen *hampers* muslim dapat memastikan keamanan, kerapian, dan kecepatan produk. Produsen *hampers* muslim harus mengetahui kapan saatnya harus mempunyai *brand positioning strategy* terkait dengan produk *hampers* muslim yang menciptakan kesan unik dan berbeda dari para pesaing pasar. Sehingga dapat mencapai target kepuasan konsumen yang akan berpengaruh terhadap penjualan produk *hampers* muslim. Bagi masyarakat khususnya konsumen Clorey.id, dalam membeli dan belanja menggunakan suatu

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

platform/social media tidak hanya mengikuti *trend* dan memenuhi keinginan saja, melainkan untuk dilihat kegunaan dan manfaat dari produk *hampers* muslim tersebut.

Bagi jurusan Akuntansi khususnya pengajar mata kuliah kewirausahaan, melihat keadaan saat ini, yaitu pandemi covid-19 dimana banyak aktivitas belajar-mengajar dilakukan secara *online*. Belajar menggunakan konsep kewirausahaan digital mampu meningkatkan produktivitas serta memberikan pemahaman dan praktik lebih tentang *social media*, seperti pada *platform* TikTok, Instagram, Facebook, dan lain sebagainya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





DAFTAR PUSTAKA

- Akram, W., & Kumar, R. (2017). A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5(10). doi:10.26438/ijcse/v5i10.351354
- Apa itu Instagram Shopping? Semua yang Anda Perlukan untuk Memulai.* (n.d.). Retrieved Maret 19, 2022, from Instagram for Business: https://business.instagram.com/shopping?locale=id_ID
- Chikandiwa, S., Contogiannis, E., & Jembere, E. (2013). The adoption of social media marketing in South African banks. *European Business Review*, 25. doi:10.1108/EBR-02-2013-0013
- Ghozali. (2016). *Uji Simultan F pada Metode Analisis Data*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. (2011). *30-minute social media marketing*. McGraw-Hill.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. *In Proceedings of the 8th International Conference on Weblogs and Social Media, ICWSM 2014* (pp. 595-598).
- Instagram Reels: Create and discover short videos on Instagram.* (n.d.). Retrieved April 19, 2022, from Instagram for Business: <https://business.instagram.com/instagram-reels>
- Kelly, L., Kerr, G., & Drennan, J. (2010). Avoidance of advertising in social networking sites: the teenage perspective. *Journal of Interactive Advertising*, 16-27. doi:10.1080/15252019.2010.10722167
- Mileya, L., & Fauzi, A. (2018, Mei 1). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 58, 191.
- Nova, F., Tanudjaja, B. B., & Kurniawan, D. (2021, April). Perancangan Visual Branding Hamper dan Gift Wonderland. *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 8. doi:10.26858/tanra.v8i1.19937
- Perdana, A. (2022, Maret 18). *Instagram Reels: Apa Itu, Fitur-Fitur, Manfaat, dan Tips Menggunakan*. Retrieved April 19, 2022, from Glints: <https://glints.com/id/lowongan/instagram-reels-adalah/#.YmDwCehBzIV>
- Rizka Milatul H, A. M., & Asa Christy R, M. R. (2012). MANAJEMEN INOVASI. *Journal Explore*, 1, 9.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Uji Simultan (Uji F).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Trott, P. (2017). *Innovation Management and New Product Development 6th*. London: Pearson Education.
- Yolanda, F. (2018). *Konsultasi Syariah: Fikih Belanja Online*. Retrieved April 18, 2022, from [REPublika.co.id: https://www.republika.co.id/berita/pg8ieo370/konsultasi-syariah-fikih-belanja-online](https://www.republika.co.id/berita/pg8ieo370/konsultasi-syariah-fikih-belanja-online)



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

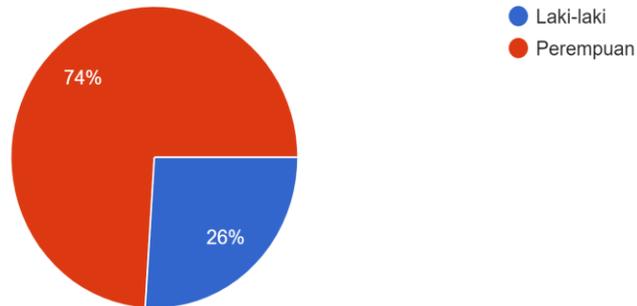
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 1: Diagram Hasil Kuesioner Responden

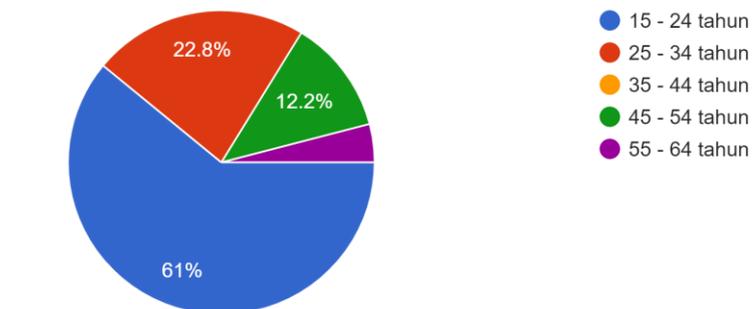
Jenis Kelamin:

123 responses



Usia:

123 responses



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

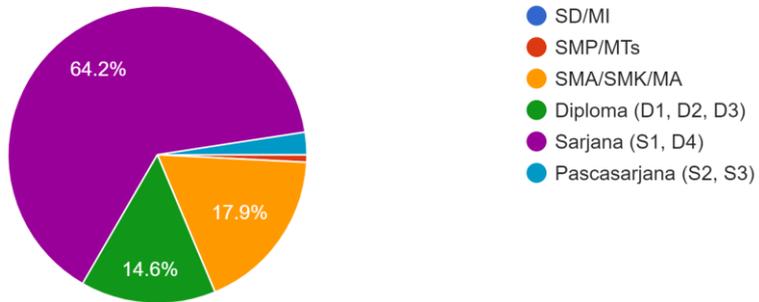


Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

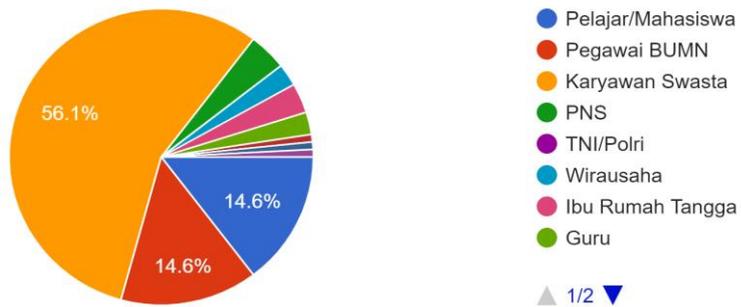
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

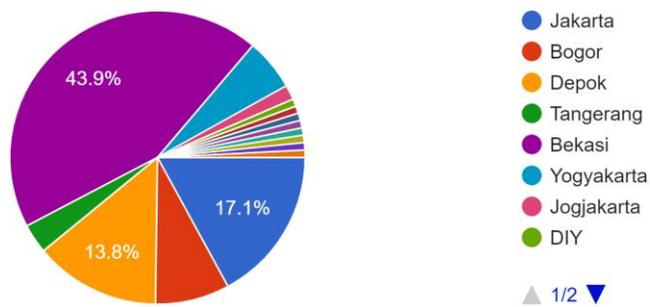
Pendidikan Terakhir:
123 responses



Pekerjaan:
123 responses



Domisili:
123 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2: Foto Produk Clorey ID



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

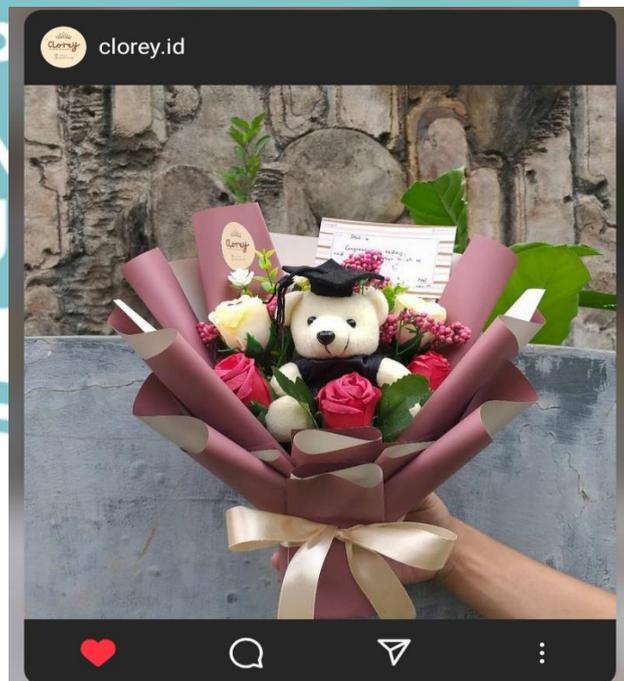
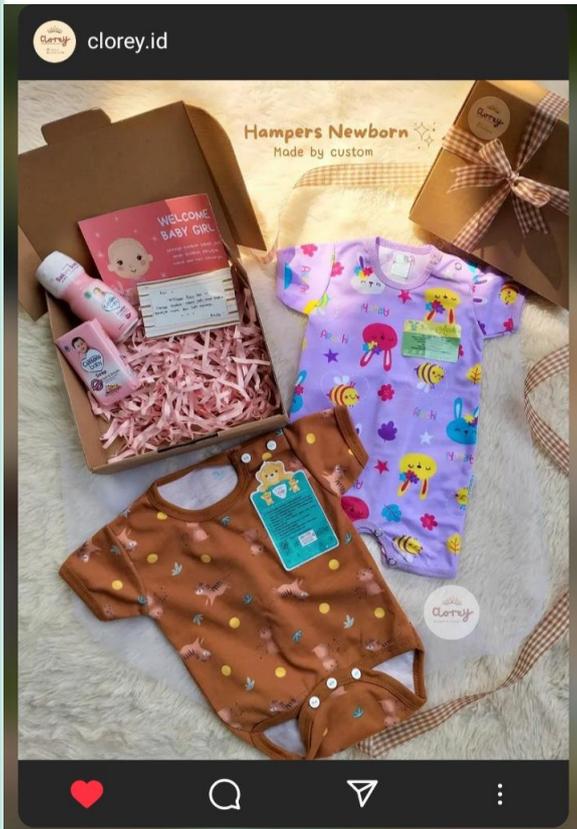




© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

