

**ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING, JANGKAUAN PASAR  
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
PRODUK UMKM (STUDI KASUS UMKM LABUHANBATU SELATAN)**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Labuhanbatu



**OLEH**

**NUR AINI HARAHAHAP**

**22.012.00.279**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS LABUHANBATU**

**RANTAUPRAPAT**

**2026**

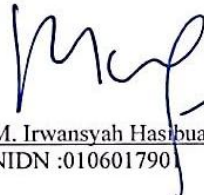
**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**


NAMA : NUR AINI HARAHAP  
NPM : 22.012.00.279  
PROGRAM STUDI : S1-MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI DIGITAL  
MARKETING, JANGKAUAN PASAR DAN  
INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN PADA PRODUK UMKM  
(STUDI KASUS UMKM LABUHANBATU  
SELATAN)

RANTAUPRAPAT, 2026

PEMBIMBING UTAMA

PEMBIMBING PENDAMPING

  
M. Irwansyah Hasbuan, SE, M.Si  
NIDN :010601790

  
Meisa Fitri Nasution, S.Pd, M.Hum  
NIDN :0128058802

Menyetujui :

DEKAN

  
  
Dr. Zulkarnain Nasution, SE, M.Si  
NIDN:0116087401

KA PRODIMANAJEMEN

  
  
Yuniman Zebua, SE, MM  
NIDN:0111067201

## LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

NAMA : NUR AINI HARAHAP  
NPM : 22.012.00.279  
PROGRAM STUDI : SI-MANAJEMEN  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS STRATEGI DIGITAL  
MARKETING, JANGKAUAN PASAR DAN  
INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN PADA PRODUK UMKM  
(STUDI KASUS UMKM LABUHANBATU  
SELATAN)

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 2026  
Yang Membuat Pernyataan



NUR AINI HARAHAP

## ABSTRAK

**NUR AINI HARAHAHAP. NPM. 22.012.00.279 ANALISIS STRATEGI DIGITAL MARKETING, JANGKAUAN PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK UMKM (STUDI KASUS UMKM LABUHANBATU SELATAN), 2026. Skripsi.**

Strategi bisnis adalah rencana induk jangka panjang yang disusun manajemen untuk mencapai tujuan, keunggulan kompetitif, dan pertumbuhan, perkembangan zaman yang semakin meningkat dapat digunakan sebagai strategi bisnis dengan mengoptimalkan media sosial, sehingga akan memberikan dampak terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Analisis Strategi Digital Marketing, Jangkauan Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Umkm (Studi Kasus Umkm Labuhanbatu Selatan). Jumlah sampel sebanyak 75 responden. Penelitian ini menggunakan outer model, inner model, uji hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan Smart pls. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa seluruh nilai t statistic penelitian lebih besar dari 1,96 dengan nilai signifikansi 0,05. diperoleh nilai *R Square* untuk persamaan pertama sebesar 0,540 atau 54.00%. Artinya hasil pengujian model struktural diperoleh nilai *R-Square* dalam kategori tinggi

***Kata Kunci* : Strategi digital marketing, jangkauan pasar, inovasi prosuk dan minat beli konsumen**

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, penulis ucapkan atas terselesainya skripsi ini, adapun judul proposal skripsi ini yaitu “Analisis Strategi Digital Marketing, Jangkauan Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Umkm (Studi Kasus Umkm Labuhanbatu Selatan)”

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan, bantuan, bimbingan, kritik, serta saran membangun dari banyak pihak yang sangat membantu penulis. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak, yaitu:

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE, M.Si, Ph.D, selaku Rektor Universitas Labuhanbatu
2. Bapak Dr. Zulkarnain Nasution, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu
3. Bapak Yuniman Zebua, SE, MM, selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Labuhanbatu
4. Bapak M. Irwansyah Hasibuan, SE, M.Si, sebagai Dosen Pembimbing Utama skripsi saya yang selalu memberikan arahan dengan baik dan sabar kepada penulis.
5. Ibu Meisa Fitri Nasution,S.Pd, M.Hum, sebagai Dosen Pembimbing Pendamping skripsi saya yang sudah membimbing penulis dengan baik sehingga ini selesai dengan tepat waktu.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Manajemen yang sudah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan juga pengalaman baru yang hanya saya dapatkan selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna yang disebabkan oleh adanya keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki penulis, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari para pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Rantauprapat, 2026

Penulis



NUR AINI HARAHAP

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Perumusan Masalah .....	5
1. Batasan Masalah .....	5
2. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II. LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Uraian Teori .....	9
C. Kerangka Konseptual .....	18
D. Hipotesis Penelitian.....	19
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
1. Lokasi Penelitian .....	21
2. Waktu Penelitian .....	21
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	22
1. Populasi .....	22

2. Sampel .....	22
C. Definisi Operasional Variabel .....	23
D. Jenis dan Sumber Data .....	25
E. Teknik Pengumpulan Data .....	26
F. Uji Instrumen Penelitian.....	27
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
A. Hasil Penelitian .....	30
1. Gambaran Perusahaan .....	30
2. Hasil Deskriptif Responden.....	32
3. Hasil analisis.....	34
B. Pembahasan.....	48
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>50</b>
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN KUESIONER.....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR TABEL

<b>No</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan .....	25
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 4.1	Outer loading .....	39
Tabel 4.2	Discriminan variabel .....	40
Tabel 4.3	Cross loading .....	41
Tabel 4.4	Composite reliabilty .....	42
Tabel 4.5	Cronbach alpha .....	43
Tabel 4.6	R square .....	43
Tabel 4.7	Bootstraping .....	45

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
	Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	23
	Gambar 4.1 Grafik karakteristik respon.....	35
	Gambar 4.2 Grafik karakteristik respon.....	36
	Gambar 4.3 Grafik karakteristik respon.....	37
	Gambar 4.4 Outer modal .....	38

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>No</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran I	Kuesioner	.....
Lampiran II	Hasil smart pls	.....