

**PENGARUH DESAIN GRAFIS SEBAGAIN MEDIA
PEMASARAN DALAM ERA PANDEMI UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CAFE BREW.LAH DI
SAWOJAJAR**

(Studi Pada Cafe BREW.LAH Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:

YONGKI DARMANATA

Nomor Pokok :K.2018.1.34812

Jurusan : Management

Program Studi : Pemasaran

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Malang

2022

**PENGARUH DESAIN GRAFIS SEBAGAIN MEDIA
PEMASARAN DALAM ERA PANDEMI UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CAFE BREW.LAH DI
SAWOJAJAR**

(Studi Pada Cafe BREW.LAH Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:

YONGKI DARMANATA

K.2018.1.34812

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUCECWARA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Malang

2022

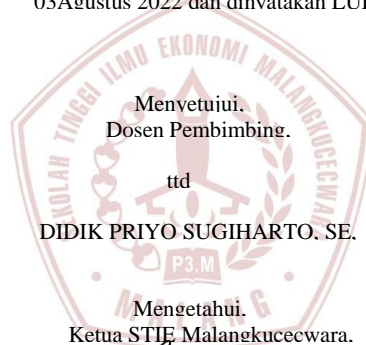
LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPS

-PENGARUH DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA PEMASARAN DALAM ERA PANDEMI
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CAFE BREW.LAH DI

Oleh:
YONGKI DARMANATA
K.2018.1.34812

Telah dipertahankan di depan dosen penguii pada
03Agustus 2022 dan dinvatakan LULUS

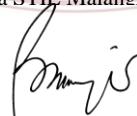


Menyetujui.
Dosen Pembimbing.

ttd

DIDIK PRIYO SUGIHARTO. SE.

Mengetahui.
Ketua STIE Malang Kucecewara.



Drs.BUNYAMIN. M.M..

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 20 Juli 2022

Mahasiswa



Yongki Darmanata

NPK: K.2018.1.34812

SURAT KETERANGAN RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Nomor:

Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)
Malangkuçeçwara malang menerangkan bahwa :

Nama : Yongki Darmanata
NPK : K.2018.1.34812
Program Studi : Manajemen
Alamat : l imajang
No. HP : (
E-mail :

Adalah mahasiswa STIE Malangkuçeçwara yang telah mengadakan riset dengan data yang diambil dari : Cafe Brew.lah Sawojajar Malang.

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul :


“PENGARUH DESAIN GRAFIS SEBAGAIN MEDIA PEMASARAN DALAM ERA PANDEMI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CAFE BREW.LAH DI SAWOJAJAR”

Dosen Pembimbing : **Didik Priyo Sugiharto, SE, MM**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

20 Januari 2022

Responden



(Frederik S)

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Ketua STIE Malangkuçeçwara Malang
2. Ketua Program Studi
3. Dosen Pembimbing

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua, kepada Lidia Gita Arivoriza dan juga peneliti mengucapkan terima kasih kepada keluarga besar UKM Kesenian, UKM Basket, Rifqy syavio muhammad iqbal firmansyah, Vincentius Abie Limanta, Shiva Aruno Arbiansyah, Theo Bagus Baharnadi, Anita Triana, Hesti Fuji Wijayanti dan semua sahabat-sahabat seangkatan 2018, dan juga Kating yang telah memberikan dukungan yang kuat dan tiada henti baik dalam doa maupun usaha. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada Bapak Didik Priyo Sugiharto, SE, MM. yang telah banyak membantu dalam membimbing, memotivasi, dan memberikan sarana untuk penulis, tak lupa juga penulis ucapkan banyak terima kasih kepada Cafe Brew.lah yang telah bersedia menjadi tempat untuk penelitian ini.

Malang, 22 Juli 2022

Yongki Darmanata

**PENGARUH DESAIN GRAFIS SEBAGAIN MEDIA
PEMASARAN DALAM ERA PANDEMI UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CAFE BREW.LAH DI
SAWOJAJAR**

(Studi Pada Cafe BREW.LAH Malang)

Yongki Darmanata, Didik Priyo Sugiharto, SE, MM

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkuçęwara

Jalan Terusan Candi Kalasan – Malang - 65142

E-Mail: yongky.d700@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Desain Grafis Sebagai Media Pemasaran Dalam Era Pandemi untuk Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Brew.Lah Sawojajar Malang. Adapun tujuan Penelitian ini adalah untuk melihat hubungan antara Desain Grafis, Promosi, dan Informasi dengan peningkatan penjualan pada cafe Brew.Lah di Era Pandemi. Tempat penelitian ini dilakukan pada cafe Brew.lah Malang.

Dalam penelitian ini diperoleh empat hipotesis yang telah teruji. Data dikumpulkan dari jumlah sampel 100 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode purposive sampling. Jenis dari penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Analisis data dan uji hipotesis dilakukan dengan program SPSS versi 22.0 for windows. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari 23 butir pertanyaan. Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Desain Grafis, Promosi, dan Informasi terhadap peningkatan penjualan di era pandemi pada cafe Brew.lah. Hasil dari uji T yang di lakukan dengan program SPSS versi 22.0 di dapatkan hasil sebesar 0,669 untuk X1, 2,769 untuk X2, 3,851 untuk X3, dan juga sebesar 22,073 untuk variabel Y dengan uji F. Berdasarkan kriteria hasil analisi data dapat disimpulkan bahwa desain grafis tidak berpengaruh atau di tolak dan untuk hipotesislainnya dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut berpengaruh dan dapat di terima secara signifikan.

Adapun pengaruh dominan terhadap peningkatan penjualan dapat diketahui bahwa faktor atau variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada cafe brew.lah di masa pandemi adalah faktor informasi produk. Dari hasil uji T bahwa

nilai yang di dapat adalah sebesar 3,851 nilai ini lebih tinggi dari pada variabel yang lain. Untuk desain grafis kenapa di tolak kemungkinan karena masa pandemi konsumen tidak terlalu mementingkan desain atau kemasan melaikan karena konsumen lebih mementingkan infomasi kebersihan atau kehygienisan produk tersebut.

Kata Kunci : Desain Grafis, Promosi, Informasi, penjualan.

ABSTRACT

This research is entitled The Effect of Graphic Design as a Marketing Media in the Era of a Pandemic to Increase Sales at Cafe Brew.Lah Sawojajar Malang. The purpose of this study is to see the relationship between Graphic Design, Promotion, and Information with increased sales at Brew.Lah cafe in the Pandemic Era. The place of this research was carried out at the Brew.lah cafe in Malang.

In this study obtained four hypotheses that have been tested. Data were collected from a sample of 100 respondents who were selected by using a sampling technique with purposive sampling method. The type of this research is quantitative research. Data analysis and hypothesis testing were carried out using SPSS version 22.0 for windows. Data was collected using a questionnaire consisting of 23 questions. The results of this study aim to determine how much influence Graphic Design, Promotion, and Information have on increasing sales in the pandemic era at Brew.lah cafe. The results of the T test carried out with the SPSS version 22.0 program obtained results of 0.669 for X1, 2.769 for X2, 3.851 for X3, and also 22.073 for the Y variable with the F test. Based on the criteria for the results of data analysis, it can be concluded that graphic design is not influential or rejected and for other hypotheses it can be concluded that these variables have an effect and can be accepted significantly.

As for the dominant influence on increasing sales, it can be seen that the most dominant factor or variable influencing the increase in sales at cafe brew.lah during the pandemic is the product information factor. From the results of the T test that the value obtained is 3.851 this value is higher than the other variables. For graphic design, why was it rejected, perhaps because during the pandemic, consumers were not too concerned with design or packaging, but because consumers were more concerned with information about the cleanliness or hygiene of the product.

Keywords: Graphic Design, Promotion, Information, sales.

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah penulis panjatkan terhadap kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ilmiah skripsi yang berjudul “Pengaruh Desain Grafis, Promosi, dan Infomasi Sebagai Media Pemasaran Dalam Era Pandemi untuk Meningkatkan Penjualan pada Cafe Brew.lah di Sawojajar”. Dasar dari penulisan skripsi ini adalah merupakan persyaratan kelulusan untuk menyelesaikan studi program S-1 dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkecewara.

Dengan sadar penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini jauh darikata sempurna, oleh karena itu penulis dengan terbuka berharap jika ada san dan kritik yang membangun dari berbagai pihak terhadap skripsi ini agar semakin bermanfaat bagi pembaca.

Malang 22 Juli 2022

Penulis,

Yongki Darmanata

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN RISET	iv
RIWAYAT HIDUP	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
2.1 PERUMUSAN MASALAH	5
3.1 TUJUAN PENELITIAN	5
4.1 MANFAAT PENELITIAN	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. TINJAUAN TEORI	7
2.1.1 Strategi Marketing	7
2.1.2 Pengertian Strategi Marketing	7
2.1.3 Komunikasi Pemasaran	8
2.1.4 Desain Grafis	9
2.1.5 Promosi	11
2.1.6 Pengertian Promosi	12
2.1.7 Bauran Promosi (Promotion Mix)	12
2.1.8 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	13
2.1.9 Informasi	13

2.2.	TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU	14
2.3.	MODEL KONSEPTUAL PENELITIAN	16
2.4.	PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
2.4.1	Pengaruh Desain Grafis Terhadap Minat Beli	17
2.4.2	Pengaruh Desain Terhadap Keputusan Pembelian	18
2.4.3	Pengaruh Desain, Kualitas Produk, Harga, Merek, dan Promosi Terhadap Kapasitas Pembelian.....	18
2.4.4	Pengeruh Keunikan Desain Kemasan Terhadap Pmebelian	19
2.4.5	Hipotesis.....	19
BAB III		21
METODE PENELITIAN.....		21
3.1	JENIS PENELITIAN	21
3.2	POPULASI DAN SAMPEL	21
3.4.1	Sampel.....	22
3.3	OBYEK DAN SUMBER DATA PENELITIAN.....	23
3.4	VARIABEL PENELITIAN.....	23
3.4.1	Variabel Bebas (Independent Variable).....	23
3.6.1	Variabel Terikat (Dependent Variable).....	23
3.5	METODE PENGUMPULAN DATA	26
3.6	METODE ANALISI	27
3.6.1	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.2	Uji Hipotesis	29
BAB IV		30
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		30
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	30
4.1.2	Gambaran Responden	31
4.2	Analisis Deskriptif.....	33
4.2.1	Deskripsi Variabel Desain Grafis (X1)	33
4.2.2	Deskripsi Variabel Promosi (X2).....	37
4.2.3	Deskripsi Variabel Infomasi (X3).....	41
4.2.4	Deskripsi Variabel Peningkatan Penjualan (Y).....	43

4.3	Pengujian Model Dan Hipotesis.....	46
4.3.1	Uji Instrumen	46
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.3	Regresi Linier Berganda	53
4.3.4	Pengujian Hipotesis.....	55
4.4	Pembahasan	59
BAB V.....		62
PENUTUP.....		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Kontribusi Penelitian	63
5.3	Keterbatasan Penelitian	63
5.4	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN.....		68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Konseptual penelitian	17
Gambar 4. 1 Usia Responden.....	32
Gambar 4. 2 Uji Normalitas	50
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitaian Terdahulu yang Relevan.....	14
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	24
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	27
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	31
Tabel 4. 2 Analisi Deskriptif Desain Grafis.....	34
Tabel 4. 3 Analisi Deskriptif Promosi.....	37
Tabel 4. 4 Analisi Deskriptif Informasi	41
Tabel 4. 5 Analisi Deskriptif Peningkatan penjualan.....	43
Tabel 4. 6 Uji Validitas	47
Tabel 4. 7 Uji Realibilitas	49
Tabel 4. 8 Uji Realibilitas	49
Tabel 4. 9 Uji Normalitas.....	50
Tabel 4. 10 Uji Multikolinieritas.....	52
Tabel 4. 11 Regresi linier berganda	53
Tabel 4. 12 Uji T	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji t.....	57
Tabel 4. 14 Uji F	57
Tabel 4. 15 Koefisien Determinasi R Square.....	58

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	68
Lampiran 2 Perhitungan SPSS.....	71