

# PENERAPAN *DIGITAL* MARKETING MENURUT KONSUMEN PADA CV SUMBER BARU MOTOR SENTRAL 1 YOGYAKARTA

Sefrian Wahyu Astiza

## Abstrak

Penelitian tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Penerapan *Digital Marketing* Menurut Konsumen pada CV Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta yang berdasarkan hasil pemetaan pada indikator *digital marketing* seperti *accessibility*, *interactivity*, *entertainment*, *credibility*, *irritation*, dan *informativeness*. Populasi dari penelitian ini adalah data penjualan pada CV Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta dari bulan Juni-Agustus. Sampel yang akan diambil sebanyak 70 responden dan merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian motor di CV Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta. Teknik pengumpulan sampel menggunakan metode *simple random sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan *arithmetic mean*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner, studi pustaka dan observasi langsung pada objek yang diteliti. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan *arithmetic mean* didapatkan nilai rata-rata keseluruhan 2,88 artinya konsumen setuju. Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa terdapat indikator *digital marketing* yang memiliki nilai rata-rata terkecil dibandingkan lainnya yakni pada indikator *entertainment*, maka indikator tersebut perlu ditingkatkan dan indikator *irritation* yang berada pada kategori setuju yang artinya adanya gangguan yang dialami konsumen perlu di benahi agar *digital marketing* yang dilakukan CV Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta dapat memberikan kenyamanan pada konsumen.

**Kata Kunci:** *Digital Marketing, Accessibility, Interactivity*

30/11/24  


## **IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING ACCORDING TO CONSUMERS AT CV SUMBER BARU MOTOR SENTRAL 1 YOGYAKARTA**

**Sefrian Wahyu Astiza**

### **Abstract**

*This final assignment research aims to find out how digital marketing is implemented according to consumers at CV Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta based on mapping results on digital marketing indicators such as accessibility, interactivity, entertainment, credibility, irritation and informativeness. The population of this research is sales data at CV Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta from June-August. The sample taken was 70 respondents and were consumers who had purchased motorbikes at CV Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta. The sample collection technique used was the simple random sampling method. Data analysis in this study used validity tests, reliability tests and arithmetic mean. The data collection method in this research uses questionnaires, literature study and direct observation of the objects studied. Based on the results of processing using the arithmetic mean, an overall average value of 2.88 was obtained, which means consumers agree. The results of this research provide information that there are digital marketing indicators that have the smallest average value compared to others, namely the entertainment indicators, so these indicators need to be improved and the irritation indicators are in the agree category, which means that the disturbances experienced by consumers need to be corrected for digital marketing. What CV Sumber Baru Motor Sentral 1 Yogyakarta does can provide comfort to consumers.*

**Keyword:** *Digital Marketing, Accessibility, Interactivity*