

BAB I

PENDAHULUAN

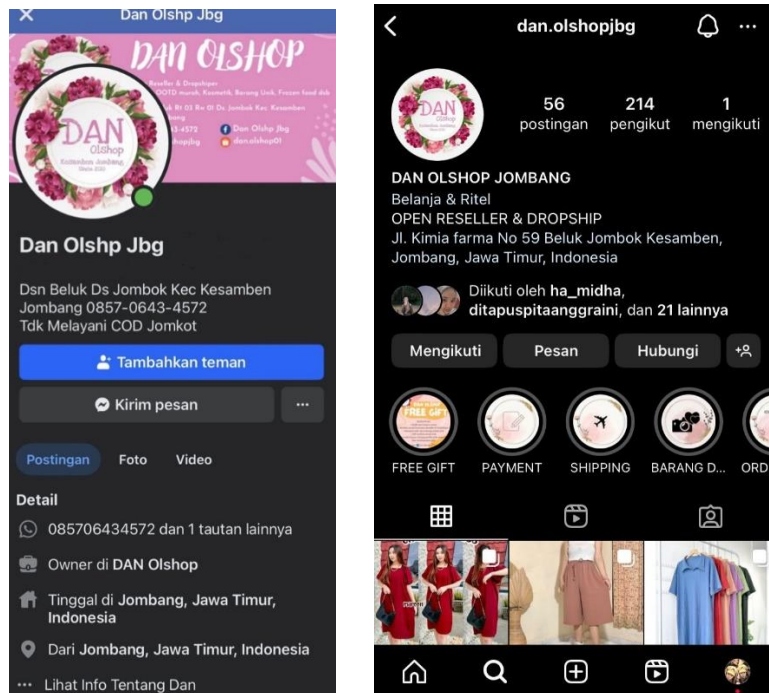
1.1 LATAR BELAKANG

Dunia bisnis saat ini telah berubah, karena kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Digital bisnis merupakan bisnis yang memanfaatkan teknologi, baik secara internal maupun eksternal. *Digital marketing* merupakan jantung dari digital Bisnis. *Digital marketing* ini merupakan aktivitas mempromosikan dan menawarkan produk melalui media *digital* secara *online* dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial. Jenis dari *Digital marketing* adalah *Email Marketing*, *Social Media Marketing*, *SEO (Search Engine Optimization)*, *Content Marketing*, *Influencer Marketing*, *Copywriting*, dan *SEM (Search Engine Marketing)*.

Facebook & Instagram adalah *Platform* sosial media yang dapat digunakan untuk *Digital Marketing*. Facebook merupakan *Platform* sosial media yang populer karena memiliki 2 miliar lebih pengguna di dunia. *Digital marketing* di Facebook menawarkan biaya yang relatif rendah dibanding dengan media tradisional. Pelaku bisnis dapat menggunakan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih besar selain itu juga dapat menjadi salah satu metode untuk meningkatkan pemasaran online. Nama akun Facebook Danolshop Jombang adalah “Dan Olshp Jbg” dengan memiliki pertemanan sebanyak 4,9ribu orang.

Selain Facebook, Danolshop Jombang juga memanfaatkan Instagram sebagai *Digital marketingnya*. Instagram memiliki tingkat keterlibatan pengguna yang sangat tinggi. Dengan jutaan pengguna aktif setiap hari, Instagram memberi kesempatan untuk menjangkau audiens yang luas. Instagram menyediakan berbagai fitur yang memudahkan pebisnis untuk memasarkan

produknya melalui potingan, stories, dan iklan yang dapat disesuaikan. Nama akun Instagram Danolshop Jombang adalah @dan.olshopjbg dengan jumlah pengikut lebih dari 200 orang.

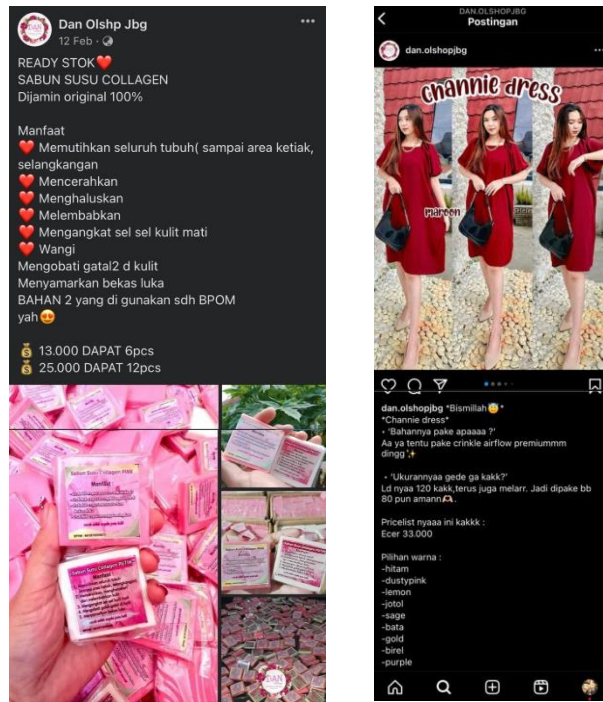


Sumber : Sosial Media Danolshop (2024)

Gambar 1. 1 Akun Facebook & Instagram Danolshop Jombang

Danolshop Jombang adalah Online shop yang berdiri sejak 2018 beralamat di Dsn. Beluk Ds. Jombok Kec. Kesamben Kab. Jombang. Danolshop Jombang menyediakan berbagai fashion wanita seperti pakaian, aksesoris, make up, hijab dan lain sebagainya. *Content marketing & Copywriting* adalah jenis *Digital marketing* yang digunakan oleh Danolshop Jombang. Menurut Handley et al. (2010) dalam Martina, 2023, “*Content marketing* adalah strategi membuat dan menyebarkan konten yang menarik dengan tujuan mendorong aktivitas konsumen yang menguntungkan bagi pelaku bisnis”. Danolshop Jombang menyebarkan *Content Marketing* berupa gambar atau vidio yang menarik audiance. Sedangkan “*Copywriting* adalah proses membuat kata

untuk pembaca yang menarik perhatian dan meyakinkan”. (Rianto Astono, 2021) dalam Martina, 2023. [1]



Sumber : Sosial Media Danolshop Jombang (2024)

Gambar 1. 2 Content marketing & Copywriting di Facebook & Instagram

Selain *Content marketing* dan *Copywriting*, Danolshop Jombang juga memberikan *Free gift* atau hadiah gratis yang menjadi salah satu strategi promosi untuk meningkatkan penjualan. “*Free gift* atau hadiah gratis adalah pilihan yang tepat untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan” (Sutessia & Dharma, 2022) dalam Lindawati et al., 2023. [2] *Free gift* atau Hadiah gratis sering digunakan sebagai insentif untuk mendorong pembelian atau sebagai cara untuk meningkatkan nilai transaksi. Danolshop Jombang memberikan *Free gift* kepada konsumen berupa Aksesoris yang biasa dipakai oleh wanita. *Free gift* akan diberikan oleh Danolshop Jombang apabila konsumen telah melakukan transaksi minimal Rp. 35.000 .-

DATA PENJUALAN TRIWULAN DANOLSHOP JOMBANG			
Periode Januari - Maret 2024			
Produk	Januari	Februari	Maret
Pakaian	75 pcs	98 pcs	124 pcs
Hijab	47 pcs	53 pcs	64 pcs
Aksesoris (Jam tangan & Kacamata)	43 pcs	49 pcs	53 pcs
Kosmetik	37 pcs	37 pcs	59 pcs
Barang unik	35 pcs	41 pcs	46 pcs
Jumlah	237 pcs	278 pcs	346 pcs
Total	861 pcs		

Sumber : Danolshop Jombang (2024)

Gambar 1. 3 Data Penjualan Triwulan Danolshop Jombang

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui apakah *Content marketing*, *Copywriting* dan *Free gift* ini benar berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk melakukan pembelian produk di Danolshop Jombang. Karna jika dilihat dari data penjualan periode Januari – Maret tahun 2024 tersebut memiliki peningkatan yang cukup signifikan.

Selain itu juga, ketiga variabel tersebut dapat menjadi salah satu faktor yang menentukan keputusan seseorang untuk melakukan pembelian produk atau tidak. Dugaan sementara yang dilihat jika tidak ada ketiga variabel tersebut, bisa jadi *Digital Marketing* pada saat ini tidak dapat berjalan dengan maksimal. Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis akan mengambil judul skripsi yaitu : **“PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *COPYWRITING* DAN *FREE GIFT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DANOLSHOP JOMBANG”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Apakah *Content marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Danolshop Jombang ?
2. Apakah *Copywriting* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Danolshop Jombang ?
3. Apakah *Free gift* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Danolshop Jombang ?

1.3 TUJUAN

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Content marketing* secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Danolshop Jombang
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Copywriting* secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Danolshop Jombang
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *Free gift* secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Danolshop Jombang

1.4 MANFAAT

1. Bagi Danolshop Jombang

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh Danolshop untuk mengetahui bagaimana *Content marketing*, *Copywriting* dan *Free gift* menentukan keputusan pembelian seorang konsumen.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini bisa menambah pengetahuan tentang ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran serta bisa digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini bisa menjadi tambahan pengalaman dan memiliki potensi untuk meningkatkan pemahaman teori yang dipelajari dengan membandingkannya dengan ide-ide dan situasi dunia nyata.