

**DAMPAK *DIGITAL MARKETING* TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN DAN STRATEGI PEMASARAN PADA PEDAGANG DI
PASAR KULINER KOTA PAYAKUMBUH**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Andalas**



Diajukan Oleh:

**Nesi Olivia
2010553012**

Pembimbing:

**Dr. Yindrizal, SE., MM
NIP 196411231993031002**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
KAMPUS PAYAKUMBUH**

2024

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memberikan dampak pada dunia bisnis, termasuk dari segi pemasaran, yang dimana para pelaku usaha dapat menggunakan pemasaran secara digital. Para pelaku usaha kuliner di kota Payakumbuh kini mulai beradaptasi dengan penggunaan digital marketing, para pelaku usaha memanfaatkan media sosial untuk memasarkan serta mempromosikan produk mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak digital marketing pada pedagang di pasar kuliner kota Payakumbuh serta mengetahui strategi pemasaran apa yang digunakan oleh para pedagang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan informan sebanyak 10 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informasi produk, kepercayaan konsumen, kualitas produk, dan promosi adalah hal-hal yang diperhatikan oleh para pelaku usaha dalam melakukan digital marketing. Selain itu, para pelaku usaha merasakan peningkatan yang baik dari segi penjualan, keuntungan, dan pertumbuhan usaha setelah menerapkan digital marketing. Digital marketing juga mempengaruhi pelaku usaha dari segi strategi pemasaran seperti produk, tempat, promosi dan harga. Implikasi penelitian dengan penelitian ini, para pedagang di pasar kuliner kota Payakumbuh dapat menjangkau pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan digital marketing secara optimal.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Penjualan, Strategi Pemasaran*