

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Digital Marketing Terhadap Volume Penjualan Produk Usaha Kecil Flouriz Gift”. Flouriz Gift merupakan usaha kecil yang bergerak pada bidang jasa pembuatan bucket. Flouriz gift didirikan oleh saudari firla pada tahun 2018 yang beralamatkan di Kampung Gunung Pipisan rt. 02 rw. 04 Desa Bojongmangu Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung Jawa Barat. Flouriz Gift memproduksi berbagai jenis dan model Bucket, mulai dari Bucket uang, bunga kertas dan artificial, boneka, snack, make up, money cake dan model-model bucket lainnya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat permasalahan pada volume penjualan yang disebabkan oleh *digital marketing* yang dilakukan oleh Flouriz Gift seperti naik turunnya penjualan produk.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui penerapan *digital marketing* pada usaha kecil Flouriz Gift, kondisi volume penjualan usaha kecil Flouriz Gift, dan seberapa besar pengaruh *digital marketing* terhadap volume penjualan Usaha Kecil Flouriz Gift. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan wawancara, observasi partisipan dan kuisioner. sedangkan data sekunder dilakukan dengan studi kepustakaan dan internet. Teknik analisis data menggunakan pengujian instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana, korelasi product moment pearson, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus fungsi waktu dari Tjahjo Sutisna Widjaya yang diperoleh sebesar 60 responden.

Teknik pengujian hipotesis menggunakan analisis korelasi, analisis koefisien determinasi, dan analisis regresi linier sederhana. hasil yang diperoleh melalui uji t yaitu ($9,362 > 2,002$) maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh positif digital marketing terhadap volume penjualan produk usaha kecil Flouriz Gift. Besarnya pengaruh digital marketing terhadap volume penjualan diketahui sebesar 60,2% sehingga besarnya kontribusi variabel digital marketing terhadap volume penjualan adalah sebesar 60,2% sisanya 39,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Volume Penjualan.