

**PENGARUH STRATEGI VARIASI PRODUK, PENETAPAN  
HARGA PREMIUM, KOMUNIKASI PEMASARAN DAN  
DIGITAL MARKETING TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
PADA BUMDES KUFEU M'RIAN KECAMATAN IO KUFEU  
KABUPATEN MALAKA**

**TESIS**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh Gelar S2 Magister  
Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas  
Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira



**Oleh**

**MARIA SUSANA ELAMAN**  
**NIM : 8112201038MM**

**KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA  
KUPANG  
2023**

**TESIS**

**PENGARUH STRATEGI VARIASI PRODUK, PENETAPAN  
HARGA PREMIUM, KOMUNIKASI PEMASARAN DAN  
DIGITAL MARKETING TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
PADA BUMDES KUFEU M'RIAN KECAMATAN IO KUFEU  
KABUPATEN MALAKA**

Oleh

Nama : Maria Susana Elaman  
NIM : 8112201038MM

Disetujui Oleh

**Pembimbing Utama,**

**Pembimbing Anggota,**

  
**Dr. Yolinda Yanti Sonbay, SE, M.Sc**  
NIDN : 0818098401

  
**Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM**  
NIDN : 0808015901

Kupang, Juni 2023

Mengesahkan  
Ketua Program Studi Magister Manajemen

  
**Dr. Simon Sia Nihya, SE., M.Si**  
NIDN : 0818116101

**TESIS**

**PENGARUH STRATEGI VARIASI PRODUK, PENETAPAN  
HARGA PREMIUM, KOMUNIKASI PEMASARAN DAN  
DIGITAL MARKETING TERHADAP KINERJA PEMASARAN  
PADA BUMDES KUFEU M'RIAN KECAMATAN IO KUFEU  
KABUPATEN MALAKA**

Oleh :

Nama : Maria Susana Elaman

NIM : 8112201038MM

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada Juni 2023  
Dan dinyatakan LULUS

**Dewan Penguji :**

**Ketua,**

**Sekretaris,**

  
Dr. Yolinda Yanti Sonbay, SE, M.Sc  
NIDN:0818098401

  
Drs. Fc. Gaudensius Djuang, MM  
NIDN : 0808015901

**Anggota :**

1. Dr. Simon Sia Niha, SE., M.Si

2. Anggraeny Paridy, SE., M.Si

3. Dr. Yolinda Yanti Sonbay, SE., M.Sc

Kupang, Juni 2023

Mengesahkan:

**Dekan,**

**Ketua Program Studi,**

  
Dr. M. E. Perseveranda, SE., M.Si  
NIDN : 0819066703

  
Dr. Simon Sia Niha, SE., M.Si  
NIDN : 0818116101

## **SERTIFIKASI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa Tesis dengan judul: "Pengaruh Strategi Variasi Produk, Penetapan Harga Premium, Komunikasi Pemasaran Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Bumdes Kufeu M'rian Kecamatan Io Kufeu Kabupaten Malaka". Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini pada catatan perut dan daftar pustaka.

Kupang, Juni 2023

Peneliti

Maria Susana Elaman

## **MOTTO**

" Jika Tuhan menjawab doamu, Ia sedang menambahkan imanmu.  
Jika Ia menundanya, Ia sedang menambah kesabaranmu. Jika Ia tidak  
menjawab doamu, Ia sedang mempersiapkan yang terbaik untukmu "

-Bunda Teresa-

Tesis ini saya persembahkan untuk:

Tuhan Yesus

Bunda Maria

Ayah dan Ibu tercinta

## ABSTRAK

Tesis dengan judul “Pengaruh Strategi Variasi Produk, Penetapan Harga Premium, Komunikasi Pemasaran dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran Pada BUMDes Kufeu M’rian Kecamatan Io Kufeu Kabupaten Malaka” oleh Maria Susana Elaman, NIM 8112201038MM, di bawah bimbingan Dr. Yolinda Yanti Sonbay, SE, M.Sc dan Drs. Ec.Gaudensius Djuang, MM.

BUMDes Kufeu M’rian memiliki usaha di bidang budidaya kelor pada tahun 2018. Volume penjualan dari tahun 2019-2021 mengalami fluktuasi dan cenderung menurun. Fenomena yang terjadi meliputi produk yang kurang bervariasi, harga yang mahal, komunikasi dan *digital marketing* yang kurang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) persepsi konsumen pada strategi variasi produk, penetapan harga premium, komunikasi pemasaran dan *digital marketing* serta gambaran kinerja pemasaran pada BUMDes Kufeu M’rian, (2) signifikansi pengaruh strategi variasi produk, signifikansi pengaruh strategi penetapan harga premium, signifikansi pengaruh komunikasi pemasaran, dan signifikansi pengaruh *digital marketing* terhadap kinerja pemasaran secara parsial. (3) signifikansi pengaruh strategi variasi produk, penetapan harga premium, komunikasi pemasaran dan *digital marketing* secara simultan terhadap kinerja pemasaran.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Data pada penelitian ini adalah data primer dari kuesioner keseluruhan populasi sebanyak 50 pelanggan pada BUMDes Kufeu M’rian. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial dengan *software SPSS 15.00*

Hasil analisis deskriptif menunjukkan rata-rata capaian indikator variabel strategi variasi produk sebesar 79,46%, penetapan harga premium sebesar 74,66%, komunikasi pemasaran sebesar 82,08%, dan capaian indikator *digital marketing* sebesar 70,71%. Semuanya masuk pada kategori baik. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi strategi variasi produk sebesar 0,019, penetapan harga premium sebesar 0,008, komunikasi pemasaran sebesar 0,006 dan digital marketing sebesar 0,030. Semua variabel secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran. Secara simultan strategi variasi produk, penetapan harga premium, komunikasi pemasaran dan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran dengan signifikansi sebesar 0,000 atau  $< 0,05$ .

Berdasarkan kesimpulan, disarankan penambahan variasi produk, ukuran produk lebih variatif, konsistensi berkelanjutan terhadap komunikasi yang baik dengan konsumen tersebut, dengan tetap merespon cepat dan ramah pada pembelian *online* dan *offline* serta komplain segera ditindaklanjuti. Penerapan *digital marketing*, BUMDes Kufeu M’rian perlu fokus pemasarannya melalui instagram karena paling banyak digunakan oleh konsumen.

**Kata Kunci :** strategi variasi produk, penetapan harga premium, komunikasi pemasaran, *digital marketing*, kinerja pemasaran.

## **ABSTRACT**

*Thesis entitled "The Effect of Product Variation Strategies, Premium Pricing, Marketing Communication and Digital Marketing on Marketing Performance at BUMDes Kufeu M'rian Io Kufeu District, Malaka Regency " by Maria Susana Elaman, NIM 8112201038MM, under the guidance of Dr. Yolinda Yanti Sonbay, SE, M.Sc and Drs. Ec.Gaudensius Djuang, MM.*

*BUMDes Kufeu M'rian was a business on fields of moringa cultivation in 2018. Sales volume from 2019-2021 has fluctuated and tends to decrease. The phenomena include less varied products, high prices, less than optimal communication, and digital marketing. This study aims to determine (1) consumer perceptions of product variety strategies, premium pricing, marketing communications, and digital marketing as well as descriptions of marketing performance at BUMDes Kufeu M'rian, (2) the significance of the effect of product variation strategies, the significance of the influence of premium pricing strategies, the significance of the influence of marketing communications, and the partial significance of the influence of digital marketing on marketing performance. (3) the significance of the effect of product variation strategies, premium pricing, marketing communications, and digital marketing simultaneously on marketing performance.*

*This study uses an associative quantitative approach. The data in this study are primary data from a questionnaire for the entire population of 50 customers at BUMDes Kufeu M'rian. Data analysis techniques using descriptive statistics and inferential statistics with SPSS 15.00 software.*

*The results of the descriptive analysis show that the average achievement of product variation strategy variable indicators is 79.46%, premium pricing is 74.66%, marketing communications is 82.08%, and digital marketing indicator achievement is 70.71%. Everything falls into the proper category. t test results show that the significance value of product variation strategy is 0.019, premium pricing is 0.008, marketing communications is 0.006, and digital marketing is 0.030. All variables partially have a positive and significant effect on marketing performance. Simultaneously, product variation strategies, premium pricing, marketing communications and digital marketing have a positive and significant impact on marketing performance with a significance of 0.000 or <0.05.*

*Based on the conclusions, recommended that additional product variations, more varied product sizes, continuous consistency of good communication, while still responding quickly and friendly to online and offline purchases and following up on complaints immediately. Digital marketing implementation of BUMDes Kufeu M'rian must focus on marketing via Instagram because it is most popular with consumers.*

**Keywords:** *product variation strategy, premium pricing, marketing communication, digital marketing, marketing performance*

## **KATA PENGANTAR**

Syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat yang berlimpah, sehingga dapat menyelesaikan penelitian tesis dengan judul "Pengaruh Strategi Variasi Produk, Penetapan Harga Premium, Komunikasi Pemasaran Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran Pada BUMDes Kufeu M'rian Kecamatan Io Kufeu Kabupaten Malaka". Tesis ini merupakan salah satu syarat guna mencapai gelar Magister Manajemen, Konsentrasi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Pada proses penulisan tesis ini, memperoleh banyak dukungan dari pihak-pihak yang dengan tulus dan sukarela, meluangkan waktu dan menyumbangkan pikiran serta ide guna penyelesaian tesis ini. Pada kesempatan ini, ingin diucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang dengan tulus membantu, mendukung dan mendoakan dari proses awal hingga akhir penulisan tesis ini, khususnya kepada:

1. Pater. Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberi kesempatan untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Magister Manajemen.
2. Ibu Dr. M. E. Perseveranda, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Bapak Dr. Simon Sia Niha, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang dan seluruh Staf Tata Usaha yang telah membantu, baik dalam proses perkuliahan maupun penulisan tesis.



4. Ibu Dr. Henny A. Manafe, S.E., M.M, selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu memberi motivasi dan memfasilitasi setiap kendala yang dihadapi dalam proses perkuliahan juga pada proses penulisan tesis.
5. Ibu Dr. Yolinda Yanti Sonbay, SE, M.Sc sebagai Pembimbing Utama yang dalam berbagai kesibukkannya selalu memberikan waktu untuk berdiskusi, memberi penjelasan terhadap hal yang tidak dimengerti, membimbing dan selalu mendukung serta memotivasi untuk segera menyelesaikan tesis ini.
6. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM sebagai Pembimbing Anggota yang dalam berbagai kesibukkannya selalu meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, referensi terbaik dalam proses penulisan, mengoreksi kesalahan penulisan, mendukung dan memotivasi, agar menghasilkan tulisan yang baik, serta mendorong untuk segera menyelesaikan tesis ini.
7. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE., M.Si sebagai Penguji 1 yang telah memberi koreksi dan saran yang baik untuk penyempurnaan penulisan tesis ini.
8. Ibu Anggreany Paridy, S.E., M.Si sebagai Penguji II yang telah memberikan arahan dan saran yang baik serta memberi dukungan moril dalam penyelesaian tesis ini.
9. Ibu Nina sebagai pengurus BUMDes Kufeu M'rian dan Bapak Jhon Pailo sebagai nara hubung dengan BUMDes. Terima kasih karena telah dengan senang hati memberikan kesempatan untuk dilakukan penelitian pada BUMDes Kufeu M'rian.

10. Orang tua tercinta Bapak Yosef Bone dan Ibu Helena Namang serta Kakak Agatha Yuanita Elaman, Florentinus Maximus, keponakan Sésil dan Ayu, kakak Romana Ivonia Elaman, kakak Philipus Riberu, kakak Helena Dane yang selalu memberikan dukungan moril dan materil tiada henti selama penyelesaian penelitian ini.
11. Sahabat-sahabat tercinta yakni kakak Ritha Tupen, kakak Rannie Tupen, Audia Doa, Idha Usboko, Tenny Luan, Eres Deno, Meilan Bale, Dora Lopes Da Cruz, Icha Amalo, Lory Nomleni, kakak Novy Radja, ibu Elis Ruchiyat, dan Ronald Rato. Terima kasih untuk kebaikan dan dukungan yang penuh selama penyelesaian tesis ini.
12. Teman-teman seperjuangan Magister Manajemen Angkatan 35, terima kasih atas dukungan dan semangatnya.

Menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran senantiasa dibutuhkan dari pembaca. Akhir kata, diharapkan tesis ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan, serta memberikan pengetahuan yang lebih baik untuk para pembaca.

Kupang. Juni 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SERTIFIKASI .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Masalah Penelitian .....	14
1.3. Tujuan Penelitian .....	15
1.4. Manfaat Penelitian .....	16
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR</b>	
<b>DAN HIPOTESIS.....</b>	<b>17</b>
2.1. Konsep Pemasaran .....	17
2.2. Konsep Kinerja Pemasaran .....	22
2.3. Konsep Strategi Variasi Produk .....	27
2.4. Konsep Penetapan Harga Premium .....	29

2.5. Konsep Komunikasi Pemasaran.....	31
2.6. Konsep Digital Marketing.....	35
2.7. Konsep Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) .....	36
2.8. Penelitian Terdahulu .....	39
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	40
2.10. Hipotesis.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	44
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	44
3.3. Populasi dan Sampel .....	44
3.4. Definisi Operasional Dan Identifikasi Variabel.....	45
3.5. Jenis Data .....	46
3.5.1. Jenis Data Menurut Sifat.....	46
3.5.2. Jenis Data Menurut Sumber .....	47
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.7. Uji Instrumen .....	49
3.7.1. Uji Validitas .....	49
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	50
3.8. Teknik Analisis Data.....	51
3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif .....	51
3.8.2. Analisis Statistik Inferensial .....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>59</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
4.2 Hasil Penelitian .....	61

4.2.1 Karakteristik Responden.....	61
4.2.2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	65
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif .....	70
4.2.4. Analisis Statistik Inferensial .....	75
4.3. Pembahasan .....	85
4.4. Implikasi Penelitian .....	93
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>94</b>
5.1. Kesimpulan .....	94
5.2. Saran .....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Volume Penjualan Produk BUMDes Kufeu M'rian Periode 2019-2021 .....	12
Tabel 1.2 Pertumbuhan Penjualan Produk BUMDes Kufeu M'rian Periode 2019-2021 .....	12
Tabel 1.3 Harga Jual Produk BUMDes Kufeu M'rian .....	13
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	39
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2 Bobot Nilai Kuisisioner .....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Variasi Produk.....	66
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Penetapan Harga Premium.....	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Pemasaran.....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Digital Marketing.....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Pemasaran.....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas (X1, X2, X3, X4, dan Y).....	70
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Strategi Variasi Produk.....	71
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Penetapan Harga Premium.....	72
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Komunikasi Pemasaran.....	73
Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Digital Marketing.....	73

Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Kinerja Pemasaran.....	74
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas.....	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 4.19 Hasil Uji Linearitas .....	79
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 4.21 Hasil Uji – t.....	82
Tabel 4.22 Hasil Uji – F.....	84
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	85

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis Penelitian .....	42
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot Uji Heterokedastisitas.....	78