

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang)

Skripsi

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh :

**Yeremia Yudha Santoso
K.2018.1.34545**

**SEKOLAH TINGGI EKONOMI MALANGKUÇEWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG**

2023

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(di Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang)**
SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh :

Yeremia Yudha Santoso
K.2018.1.34545
MANAJEMEN

**SEKOLAH TINGGI EKONOMI MALANGKUÇEÇWARA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
MALANG
2023**

**LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI**


SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN ETIKA NERAKA TERHADAP KEPUTUSAN PENBELAN DI BUDAI
KOTA DEHAHA TEBU LOOSE MALANG**

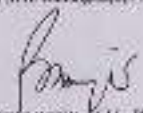
Diajukan oleh:
YEREMIAH YULIA SANTOSO
K.20181.34945

Ditulis dan disetujui oleh di rumah dosen pembimbing tanggal:
15 Februari 2023 dan ditandatangani L. 2023

Mengajar dan
Dosen Pembimbing


Dr. H. M. H. DAWUD, S.M.

M. 02444,
Kota STP Malang, 2023


Dr. H. S. S. YANIN, S.M., Ph.D.

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur ijmlakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 30 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makang, 18 Januari 2023

Mahasiswa
NPM: K 201.1.14545

SURAT KETERANGAN RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs EKO SUDHAWOTO, MM

NIK : 202.710.273

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : YEREMIA YUDHA SANTOSO

NPK : K.2018.1.34543

Program Studi : Manajemen

Alamat : Wonomoyo

No HP :

E-mail :

menyatakan bahwa mahasiswa STIE Malangkeciwara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari : KEDAI KOPI BEDIANA TINY HOUSE MALANG

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

"PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KEDAI KOPI BEDIANA TINY HOUSE MALANG)"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wonomoyo, 2023

Dosen pembimbing skripsi,


(.....)
NIK. 202.710.273

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa dengan segala rahmat-Nya yang memberikan kekuatan dan kemudahan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya terkasih yang selama proses perkuliahan sampai penelitian memberikan doa dan perhatian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu
3. Bapak Drs. Bunyamin, M.M.,Ph.D., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi MALANGKUÇEÇWARA
4. Ibu Dra. Lindananty, MM. selaku ketua program studi Manajemen
5. Bapak Drs Eko Sudjawoto, MM. Selaku dosen pembimbing.
6. Ibu Dyah Aruning Puspita, SE, Ak., MM.,CA selaku dosen wali yang selalu memberikan arahan dan motivasi selama proses perkuliahan sampai akhir
7. Rekan-rekan terdekat dari awal kuliah sampai tahap akhir Ala ms yah , Andre , Dimas, Hasbih, Ferris , Albert dan teman-teman kelas A Angkatan 2018 yang berjuang sampai garis akhir
8. Saudara Denny Imanuel Nenobais yang telah memberikan waktu untuk bersedia sebagai mentor dalam pengerjaan skripsi.
9. Tasha Amelia yang sudah menemani saya dan memberi support proses pengerjaan skripsi

Semoga semua dukungan dan motivasi yang sudah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya.

Malang, 18 Oktober 2022



Yeremia Yudha Santoso

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *Digital Marketing* dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian di Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif analisis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengunjung yang pernah datang di kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang. Pengambilan Sampel dilakukan menggunakan metode *Simple Random Sampling* dan didapatkan sebanyak 35 responden dengan menggunakan rumus Slovin. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kualitas data (Validitas dan Realibilitas) , Uji asumsi klasik (Normalitas, Heteroskedastisitas dan Multikolinearitas) dan Uji hipotesis (Analisis Regresi Linear Berganda, Autokorelasi (Durbin Watson), Koefisien Determinasi, Uji t Hitung dan Uji F Hitung. Berdasarkan uji yang sudah dilakukan maka disimpulkan bahwa *Digital Marketing* dan Citra Merek berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Citra Merek, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect Digital Marketing and Brand Image on purchasing decisions at the Coffee Shop Bedjana Tiny House Malang. The research method used in this research is quantitative descriptive analysis. The population in this study were visitors who had visited the Bedjana Tiny House Malang coffee shop. Sampling was carried out using the method Simple Random Sampling and obtained as many as 35 respondents using the Slovin formula. The tests used in this study are data quality tests (Validity and Reliability), Classical assumption tests (Normality, Heteroscedasticity and Multicollinearity) and Hypothesis tests (Multiple Linear Regression Analysis, Auto Correlation, Determination Coefficient, Count t Test and Count F Test. Based on tests that have been carried out, it is concluded that Digital Marketing and Brand Image has a partial and simultaneous effect on purchasing decisions.

Keywords :*Digital Marketing, Brand Image, Purchase Decision*

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya , penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN** (di Kedai Kopi Bedjana Tiny House Malang) dengan baik. Adapun skripsi ini bertujuan sebagai tugas akhir guna meraih gelar pendidikan Sarjana. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak lain, sulit bagi penulis untuk menyelesaikan rangkaian skripsi dan konsep berpikir penelitian yang penulis susun. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 18 Oktober 2022

Penulis



Yermia Yudha Santoso

DAFTAR ISI

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
SURAT KETERANGAN RISET.....	iv
RIWAYAT HIDUP	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
Kata Pengantar.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang.....	16
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian.....	18
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Tinjauan Teori.....	20
2.1.1 Pengertian pemasaran	20
2.1.2 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	20
2.1.3 Saluran Media Pemasaran Digital.....	21
2.1.4 Strategi Digital Marketing	23
2.1.5 Keunggulan-keunggulan <i>Digital Marketing</i>	24
2.1.6 Pengertian Citra Merek.....	25
2.1.7 Manfaat Citra Merek.....	25
2.1.8 Indikator Citra Merek	26
2.1.9 Pengertian Keputusan Pembelian	26
2.1.10 Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan pembelian.....	27

2.1.11 Indikator Keputusan Pada	DAFTAR ISI	30
2.2 Tinjauan Terdahulu		31
2.3 Model Konseptual Penelitian	DAFTAR ISI	32
2.4 Pengembangan Hipotesis		33
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1 Ruang Lingkup Penelitian		34
3.1.1 Lokasi Penelitian		34
3.2 Jenis Penelitian		34
3.3. Populasi dan Sampel		34
3.3.1 Populasi		34
3.3.2 Sampel		34
3.3.3 Teknik Sampling		35
3.4 Jenis data		35
3.5 Definisi Operasional Variable		36
3.5.1 Variable penelitian		36
3.6 Metode Pengumpulan Data		38
3.7 Metode Analisis data		39
3.7.1 Uji Kualitas data		39
3.7.1.1 Uji Validitas		39
3.7.1.2 Uji Realibilitas		40
3.8 Uji Asumsi Klasik		40
3.8.1 Uji Normalitas		40
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas		41
3.8.3 Uji Multikolinearitas		41
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda		41
3.10 Autokorelasi (Durbin Watson)		42
3.11 Koefisien Determinasi (R^2)		42
3.12 Uji Hipotesis		43
3.12.1 Uji <i>t</i> Hitung (Uji Parsial)		43
3.12.2 Uji F Hitung (Uji simultan)		43
3.13 Kuisisioner Penelitian		44
4.1 Gambaran Umum Penelitian		46
4.2.1 Karakteristik Responden		47
4.2.2 Deskripsi Variable Penelitian		48

4.3 Uji Kualitas Data	DAFTAR ISI	53
4.3.1 Uji Validitas		53
4.3.2 Uji Realibilitas	DAFTAR ISI	54
4.4 Uji Asumsi Klasik		54
4.4.1 Uji Normalitas.....		54
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....		56
4.4.3 Uji Multikolinearitas.....		57
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda		58
4.6 Autokorelasi (Durbin Watson)		59
4.7 Koefisien Determinasi		60
4.8 Uji Hipotesis		61
4.8.1 Uji t Hitung (Uji Parsial).....		61
4.8.2 Uji F Hitung (Uji Simultan).....		61
4.9 Pembahasan		62
BAB V.....		66
KESIMPULAN DAN SARAN.....		66
5.1 Kesimpulan.....		66
5.2 Saran		67
5.3 Keterbatasan Penelitian		67
5.4 Kontribusi Penelitian		67

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Definisi Operasional.....	36
Tabel 1 Usia Responden.....	47
Tabel 2 Karakteristik Jenis Kelamin	47
Tabel 3 Deskripsi Variable Digital Marketing	48
Tabel 4 Deskripsi Variable Citra Merek	50
Tabel 5 Deskripsi Variable Kenaikan Omzet Penjualan	51
Tabel 6 Ringkasan Uji Validitas Variable X1	53
Tabel 7 Ringkasan Uji Validitas Variable X2	53
Tabel 8 Ringkasan Uji Validitas Y.....	53
Tabel 9 Uji Realibilitas Variable Penelitian.....	54
Tabel 10 Uji K-S Test	54
Tabel 11 Hasil Uji Multikolonieritas.....	57
Tabel 12 Uji Regresi Berganda Koefisien	58
Tabel 13 Uji Autokorelasi.....	59
Tabel 14 Uji Koefisien Determinasi.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Konsep Penelitian.....	32
Gambar 1 Logo Kedai Kopi.....	47
Gambar 2 Tabel Histogram.....	55
Gambar 3 Tabel Uji P Plot.....	56
Gambar 4 Uji Scatter Plot.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	1
Lampiran 2 Tabulasi	1
Lampiran 3 Sosial Media	2