

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS LAYANAN,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EIGER**

SKRIPSI

Untuk memenuhi Persyaratan

Dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi)*



Disusun Oleh:

Robertus Belarminus T. Bria

Nomor Pokok : K.2019.1.34959

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen Keuangan

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUCEWARA

MALANG

2023

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS LAYANAN,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EIGER**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun Oleh:

Robertus Belarminus T. Bria

K.2019.1.34959

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI(STIE) MALANGKUCECWARA

PROGRAM STUDI MANAGEMANT

MALANG

2023

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER

Oleh :

ROBERTUS BELARMINUS T. BRIA

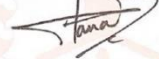
K.2019.1.34959

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

10 Agustus 2023 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

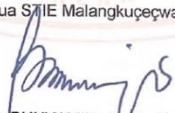
Dosen Pembimbing



Dra. LINDANANTY, MM.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara



Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam 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 didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia dibatalkan skripsi serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).



Malang, 27 Juli 2023

Robertus Belarminus T. Bria
Robertus Belarminus T. Bria

K.2019.1.34959

SURAT BUKTI RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dra.Lindananty, MM
NIK :

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : Robertus Belarminus T. Bria
NPK : K.2019.1.34959
Program Studi : Manaiemen
Alamat :
No HP :
E-mail : robertbria13@gmail.com

Menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçewara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari: Organisasi Mahasiswa Pecinta Alama di Kampus Kota Malang

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

3 Agustus 2023
Dosen pembimbing skripsi,



Dra.Lindananty, MM
NIK. 202.710....

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha kuasa karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh digital marketing, kualitas layanan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Penulis menyadari bahwa penulis tidak dapat menyelesaikan karya ini tanpa dukungan, bantuan, bimbingan, pengarahan dari berbagai pihak oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang maha esa atas segala berkat, rahmat anugerah dan karunianya yang sangat besar kepada penulis. Terima kasih tuhan Yesus sudah menjadikan saya anak kesayangan-Mu dan selalu menyertai tiap langkah saya dalam proses kehidupan di dunia. Saya sangat mencintaimu Tuhan.
2. Terima kasih kepada Orang Tua, Bapak Yanto Bria dan almarhum Bai Yosep Bria yang banyak memberi dukungan, motivasi, dan perhatian. Mama Densi Fretis dan Nenek Mina Taimenas yang tak pernah berhenti melimpahkan perhatian dan mencurahkan kasih sayang yang tak dapat dibalas dengan apa pun. Terima kasih untuk semua nasehat yang bapa, mama, dan nenek berikan sehingga saya bisa tahu mana yang baik dan mana yang buruk. Terima kasih untuk dukungan yang selama ini di berikan kepada saya dalam proses pendidikan saya.
3. Bapak Drs. Bunyamin, MM, PH, D Selaku ketua STIE Malangkucecewara
4. Ibu Dra.Lindananty, MM, Selaku ketua program studi manajemen dan selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Imama Zuchroh, B.Sc., M.Com selaku dosen wali yang selalu membantu dan menyemangati selama tahap perkuliahan
6. Seluruh bapak ibu dosen STIE Malangkucecewara atas bimbingan dan ilmu yang di berikan selama 8 semester

7. Terima kasih juga untuk diri saya sendiri yang sudah melalui banyak proses dari awal perkuliahan di kampus sebagai anak rantau hingga sampai pada akhir perkuliahan masih tetap menjadi orang yang kuat dan selalu berpikir positif terhadap semua rintangan yang di lalui dan selalu berani dalam melalui setiap proses kehidupan. Susah senangnya hidup yang di jalani, menerima setiap masalah yang ada dan menjadikannya proses pembelajaran dalam hidup dan selalu menjadi orang yang bersyukur. Terima kasih untuk diri saya sendiri sudah bertahan dan berjuang sampai sejauh ini.
8. Terima kasih kepada keluarga saya Om lius, Muti, Liko Idu, Kole Anci, Opa Leo dan semua keluarga yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu yang memberi dukungan selama perkuliahan.
9. Terima kasih juga untuk Bang Fedro, Kaks Elfis, Albertha, Ista Kabosu, dan Ijat yang sudah membantu saya dalam proses penyelesaian tugas akhir ini dari awal sampai selesai
10. Terima kasih juga untuk teman saya Aldo, Fandro, Tasya Zalsabila, Melan, Rey Mizu, Yosry saban, Ofan saban, Om Dino, Pier ladjar, Kenny Bere, dan semua teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang memberikan dukungan.
11. Semua pihak tidak dapat di sebutkan satu persatu, terima kasih atas kerja semuanya sehingga penulis skripsi ini dapat di selesaikan tepat waktu. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa melimpahkan berkat dan rahmatnya selalu, Amin.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing, kualitas layanan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Eiger. Digital marketing, kualitas layanan, dan citra merek adalah faktor-faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian dalam konteks pemasaran. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel konsumen yang telah menggunakan produk tersebut. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pengaruh digital marketing, kualitas layanan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Temuan dari penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan kualitas layanan agar dapat memuaskan konsumen yang berbelanja, dan mempertahankan citra baik dari merek mereka.

Kata Kunci: Digital Marketing, Kualitas Layanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of digital marketing, service quality, and brand image on purchasing decisions for Eiger products. Digital marketing, service quality and brand image are important factors that influence purchasing decisions in a marketing context. This study uses a survey method by distributing questionnaires to a sample of consumers who have used the product. The data obtained will be analyzed using multiple regression analysis techniques. The results of this study are expected to provide a better understanding of how digital marketing, service quality, and brand image influence purchasing decisions. The findings from this research can help companies design more effective marketing strategies, improve service quality in order to satisfy consumers who shop, and maintain a good image of their brand.

Keywords: Digital Marketing, Service Quality, Brand Image, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan yang maha esa, atas segala rahmat dan berkatnya yang melimpah sehingga penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul “PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara Malang.

Penulis menyadari dalam penulisan dan penyajian skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan masukan yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi setiap orang yang membutuhkan. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang *Marketing Mix*.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
BUKTI RISET	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Tinjauan teori	4
2.1.1 Digital marketing.....	4
2.1.2 Kualitas layanan	5
2.1.3 Citra merek.....	9
2.1.4 Keputusan pembelian.....	10
2.2 Penelitian terdahulu	12
2.3 Model konseptual	15
2.4 Pengembangan hipotesis.....	16
2.4.1 Pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian.....	16
2.4.2 Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian	16
2.4.3 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.....	16
2.4.4 Pengaruh digital marketing, kualitas layanan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Jenis penelitian	18
3.2 Objek dan sumber data penelitian	18
3.2.1 Primer.....	18

3.2.2 Sekunder.....	19
3.3 Populasi dan sampel	19
3.3.1 Populasi.....	19
3.3.2 Sampel	19
3.4 Variabel dan definisi operasional	20
3.5 Metode pengumpulan data	22
3.6 Metode analisis dan uji hipotesis.....	23
3.6.1 Analisis statistik deskriptif	23
3.6.2 Uji validitas	24
3.6.3 Uji reliabilitas	25
3.6.4 Uji asumsi klasik	25
3.6.5 Uji korelasi berganda (R) dan uji determinasi (R ²)	27
3.6.6 Analisis regresi linear berganda	28
3.6.7 Uji statistik	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran umum perusahaan.....	30
4.2 Karakteristik responden	30
4.2.1 Jenis kelamin responden	30
4.2.2 Nama mapala responden	30
4.2.3 Berapa kali membeli produk Eiger	31
4.3 Deskripsi jawaban responden.....	31
4.3.1 Digital marketing	31
4.3.2 Kualitas layanan	32
4.3.3 Citra merek.....	34
4.3.3 Keputusan pembelian.....	35
4.4 Metode analisis dan uji hipotesis.....	36
4.4.1 Analisis statistik deskriptif	36
4.4.2 Uji validitas	38
4.4.3 Uji reliabilitas	39
4.4.4 Uji asumsi klasik	39
4.4.5 Analisis korelasi berganda	43

4.4.6 Analisis regresi linear berganda	44
4.4.7 Pengujian hipotesis	45
4.5 Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP.....	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Kontibusi penelitian.....	50
5.3 Keterbatasan penelitian.....	51
5.4 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu	12
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	21
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	30
Tabel 4. 2 Nama Mapala	30
Tabel 4. 3 Berapa Kali Membeli Produk Eiger.....	31
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Mengenai Variabel Digital Marketing	31
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Mengenai Variabel Kualitas Layanan	32
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Mengenai Variabel Citra Merek	34
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	35
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif	37
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	38
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	41
Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi	41
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Korelasi Berganda	42
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Regresi Berganda	44
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	46
Tabel 4. 16 Hasil Uji f	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 model konseptual	15
Gambar 4. 1 Grafik Pendeteksian Normalitas	40
Gambar 4. 2 Grafik Pendeteksian Heteroskedastisitas	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran Hasil Analisis Deskriptif.....	54
Lampiran 2. Lampiran Hasil Uji Validitas	54
Lampiran 3. Lampiran Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Lampiran 4. Lampiran Uji Normalitas	55
Lampiran 5. Lampiran Uji Multikolinieritas	55
Lampiran 6. Lampiran Hasil Uji Autokorelasi	55
Lampiran 7. Lampiran Uji Heteroskedastisitas	56
Lampiran 8. Lampiran Hasil Pengujian Korelasi Berganda	56
Lampiran 9. Lampiran Hasil Pengujian Regresi Berganda	56
Lampiran 10. Lampiran Hasil Uji t dan Uji F.....	57