

**SKRIPSI**

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO  
HANDPHONE MATAHARI MALL**



**SANJAYA PUTRA HARTONO**

**18.D1.0044**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**2021/2022**

**SKRIPSI**

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO  
HANDPHONE MATAHARI MALL**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi**

**Salah Satu Syarat Memperoleh**

**Gelar Sarjana**



**SANJAYA PUTRA HARTONO**

**18.D1.0044**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**2021/2022**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sanjaya Putra Hartono

NIM : 18.D1.0044

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Handphone Matahari Mall Semarang” adalah hasil penelitian saya dengan supervisi dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Semarang. 3 Februari 2022

Yang menyatakan,



Sanjaya Putra Hartono

18.D1.0044

## HALAMAN PENGESAHAN



Judul Tugas Akhir: : Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Handphone Matahari Mall Semarang

Diajukan oleh : Sanjaya Putra Hartono

NIM : 18.D1.0044

Tanggal disetujui : 01 Maret 2022

Telah setuju oleh

Pembimbing : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Penguji 1 : Mg. Westri Kekalih S. S.E., M.E.

Penguji 2 : A. Haryo Perwito S.E., MA.IRM.

Penguji 3 : Drs. A. Sentot Suciarto M.P., Ph.D.

Ketua Program Studi : Dr. Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.umika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.D1.0044](http://sintak.umika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.D1.0044)

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sanjaya Putra Hartono

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Non Eksklusif atas karya ilmiah yang berjudul “(Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Handphone Matahari Mall Semarang)” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 3 Februari 2022

Yang menyatakan



Sanjaya Putra Hartono

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kesehatan, nikmat, rahmat, berkat, anugrah yang telah diberikan kepada saya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Handphone Matahari Mall Semarang”.

Semoga kesehatan, nikmat, rahmat, berkat, dan anugrah selalu dicurahkan bagi seluruh umat manusia dan selalu menuntun umat manusia dalam jalan yang benar. Saya tidak akan sampai ke titik ini tanpa adanya pertolongan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Saya sadar betul bahwa pada saat penyusunan skripsi dari awal hingga akhir akan mengalami kesulitan untuk menyelesaikan skripsi ini tanpa doa, bimbingan, catatan, masukan, saran, dukungan, motivasi, semangat dari seluruh pihak yang membantu. Oleh karena itu pada kesempatan yang berbahagia ini saya menyampaikan terima kasih sebesar – besarnya untuk :

1. Bapak Dr. Ferdinandus Hindiarto, S.Psi., M.Si, selaku Rektor Unika Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. Theodorus Sudimin M.S, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata Semarang.
3. Ibu Dr. Widuri Kurniasari, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Unika Soegijapranata Semarang.
4. Bapak Sentot Suciarto A., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing, perhatian, membantu, memotivasi saya sehingga saya mendapat banyak masukan serta semangat untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi hingga selesai.
5. Ibu MG. Westri K, Susilowati, SE, MSi, selaku Dosen Penguji dan Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk menguji, membimbing, perhatian, membantu, dan memotivasi saya sehingga saya mendapat banyak masukan serta semangat untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi hingga selesai.

6. Bapak A. Haryo Perwito, SE., MA-TRM, selaku Dosen Penguji dan Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk menguji, membimbing, perhatian, membantu, dan memotivasi saya sehingga saya mendapat banyak masukan serta semangat untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi hingga selesai.
7. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA selaku Dosen Wali yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing, perhatian, membantu, dan memotivasi saya sehingga saya mendapat banyak masukan serta semangat untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi hingga selesai.
8. Nenek Ong Tien Nio, Ayah Poh Sien Sing, Ibu Aika Asih Agara Oktaviviyana, Saudari Elva Putri Hartono, Saudari Elrina Putri Hartono, Saudara Freddy Sandy, yang telah mendoakan, memotivasi, memberi semangat saya selama membuat skripsi dari awal hingga akhir.
9. Seluruh sivitasakademika Unika Soegijapranata Semarang, terutama seluruh dosen manajemen yang pernah maupun tidak pernah mengajar saya selama berkuliah di Unika Soegijapranata Semarang.
10. Teman – teman seperjuangan skripsi Pieter Mario Tanuwijaya, Ten Hosea Apriyandi, dan Kevin Philip Sutanto, yang telah selalu memberi semangat dan memberi motivasi serta berbagi cerita tentang skripsi bersama saya.
11. Para pemilik dan karyawan toko handphone di matahari mall Semarang, yang telah mau membantu saya selama proses mengumpulkan tanggapan responden.
12. Seluruh responden yang telah bersedia memberikan waktunya untuk mengisi kuesioner online yang saya berikan.
13. Seluruh pihak yang telah membantu saya selama membuat skripsi dari awal hingga akhir yang tidak dapat disebutkan penulis satu per satu.

Semarang, 3 Februari 2022

Yang menyatakan



Sanjaya Putra Hartono



## ABSTRAK

### **PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO HANDPHONE MATAHARI MALL SEMARANG**

**Nama** : Sanjaya Putra Hartono

**Nim** : 18.D1.0044

**Program Studi** : S1 – Manajemen

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

**Dosen Pembimbing** : Sentot Suciarto A., Ph.D.

**Kata Kunci** : *Digital Marketing*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Konsumen.

Penelitian ini dilakukan di toko - toko handphone yang berada di matahari mall Semarang yang beralamat di Plaza Simpang Lima Matahari Lantai 1, 2, dan 3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan meneliti pengaruh *digital marketing* dan kualitas pelayanan secara parsial (sendiri-sendiri) dan simultan (bersama) terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko handphone matahari mall Semarang. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel penelitian dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode convenience sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif yaitu meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji t, dan uji F. Data yang telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas kemudian diolah sehingga menghasilkan analisis regresi sebagai berikut :  $Y = 10,859 + 0,257X_1 + 0,334X_2 + e$ . Untuk variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *digital marketing* (X1), kualitas pelayanan (X2), dan keputusan pembelian konsumen (Y). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa masing – masing variabel independen (*digital marketing* dan kualitas pelayanan) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko handphone matahari mall Semarang. Saran dari peneliti untuk toko handphone di sana untuk tetap meningkatkan indikator *digital marketing* dan kualitas pelayanan lainnya pada setiap kegiatan pemasaran walaupun sudah dirasa baik agar makin banyak konsumen yang melakukan pembelian handphone secara online.



## ABSTRACT

### THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING AND QUALITY OF SERVICE ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT HANDPHONE STORE MATAHARI MALL SEMARANG

**Name** : Sanjaya Putra Hartono  
**Number** : 18.D1.0044  
**Study Program** : S1 – Management  
**Faculty** : Economics and Business  
**Lecturer Mentor** : Sentot Suciarto A., Ph.D.  
**Word Key** : *Digital Marketing, Service Quality, and Consumer Purchasing Decisions.*

This research was conducted in mobile phone shops located in Matahari Mall Semarang which is located at Plaza Simpang Lima Matahari Floors 1, 2, and 3. This study aims to determine and examine the influence of digital marketing and service quality partially (alone) and Simultaneous (together) on consumer purchasing decisions at the Matahari Mall Semarang mobile phone shop. This research used 100 respondents as the research sample and the sampling technique used the convenience sampling method. The data analysis method used is quantitative analysis method which includes validity test, reliability test, multiple linear regression analysis, t test, and F test. The data that has met the validity and reliability tests are then processed to produce the following equation:  $Y = 10,859 + 0,257X_1 + 0,334X_2 + e$ . The variables used in this research are digital marketing ( $X_1$ ), service quality ( $X_2$ ), and consumer purchasing decisions ( $Y$ ). The results of this research show that each independent variable (digital marketing and service quality) has a significant and positive effect on consumer purchasing decisions at the Matahari Mall Semarang mobile phone shop. Suggestions from researchers for mobile phone shops there to continue to improve digital marketing indicators and other service quality in every marketing activity even though it feels good so that more consumers make purchases of cellphones online.

## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1. Tujuan Penelitian	5
1.3.2. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian <i>Digital Marketing</i>	7
2.1.2. Pengertian Kualitas Pelayanan	10
2.1.3. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	13
2.2. Penelitian Sebelumnya	17
2.3. Kerangka Pikir	19
2.4. Hipotesis Penelitian	19
2.5. Definisi Operasional Variabel	19
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Objek, Responden, dan Lokasi Penelitian	24
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	24
3.3. Metode Pengumpulan Data	26
3.3.1. Jenis dan Sumber Data	26

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	26
3.3.3. Uji Validitas	26
3.3.4. Uji Reliabilitas	28
3.4. Alat Analisis	29
3.4.1. Alat Analisis Data	29
3.4.2. Analisis Regresi Linear Berganda	29
3.4.3. Uji Parsial (uji t)	30
3.4.4. Uji Simultan (uji F)	30
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	<b>32</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.2 Analisis Data	33
4.2.1 Gambaran umum responden	34
4.2.2 Jawaban Responden	40
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	45
4.2.4 Uji Parsial T	45
4.2.5 Uji Simultan F	46
4.3 Pembahasan	47
4.3.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	47
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	48
<b>BAB V PENUTUP</b>	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA :	52
LAMPIRAN PENELITIAN	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	18
Tabel 2.2 Definisi Operasional	20
Tabel 3.1 Olah Data Uji Validitas <i>Field Test</i>	27
Tabel 3.2 Olah Data Uji Reliabilitas <i>Field Test</i>	29
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Gender	34
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Bulanan	35
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Tempat Pembelian Online	36
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Merek Handphone yang Dibeli	37
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Harga Handphone yang Dibeli	38
Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan Pembelian Terakhir Handphone	38
Tabel 4.9 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Membeli Handphone pada Toko yang Sama	39
Tabel 4.10 Karakteristik Berdasarkan Membeli Handphone Ramah Lingkungan	40
Tabel 4.11 Jawaban Responden pada Variabel Digital Marketing	40
Tabel 4.12 Jawaban Responden pada Variabel Kualitas Pelayanan	42
Tabel 4.13 Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda	45
Tabel 4.15 Hasil Uji T	45
Tabel 4.16 Uji Simultan F	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 ..... 3  
Gambar 1.2 ..... 4



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	60
Lampiran 2 OutputSpss .....	68
Lampiran 3 Foto Kondisi Lapangan .....	70
Lampiran 4 Antiplagiasi .....	75

