

## **LAPORAN SKRIPSI**

Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan  
Pembelian Laptop Secara Online Pada Toko Laptop Semarang (Studi Kasus  
Konsumen Di Semarang)



Oleh :

Ten Hosea Apriyandi

Nim : 18.D1.0102

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**2022/2023**

## **LAPORAN SKRIPSI**

### **Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online Pada Toko Laptop Semarang (Studi Kasus Konsumen Di Semarang)**

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Oleh :

Ten Hosea Apriyandi

Nim : 18.D1.0102

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**2022/2023**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ten Hosea Apriyandi

NIM : 18.D1.0102

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online Pada Toko Laptop Semarang (Studi Kasus Konsumen Di 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. 11 November 2022

Yang menyatakan,

A 1000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp is brown and features the Garuda Pancasila emblem. The text on the stamp includes "1000", "METEORIT", "TAMPEL", and the serial number "DUEBSAKX079905693".

Ten Hosea Apriyandi

18.D1.0102

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI



Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online Pada Toko Laptop Semarang (Studi Kasus Konsumen Di Semarang).

Diajukan Oleh : Ten Hosea Apriyandi

NIM : 18.D1.0102

Tanggal Disetujui : 23 Februari 2023

Telah setuju oleh

Pembimbing : Dr. Posmaria Setiasiwi Sitohang. S.E., M.Si.

Penguji I : Dr. Retno Yustini, M.Si

Penguji II : MG. Westri K, Susilowati, SE, MSi

Penguji III : Dr. Posmaria Setiasiwi Sitohang. S.E., M.Si.

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.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.D1.0102](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/verifikasi/?id=18.D1.0102)

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

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ten Hosea Apriyandi

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 Laptop Secara Online Pada Toko Laptop Semarang (Studi Kasus Konsumen Di 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,

Yang menyatakan



(Ten Hosea Apriyandi)

## 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 Laptop Secara Online Pada Toko Laptop Semarang (Studi Kasus Konsumen Di 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. Tuhan Yang Maha Esa.
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. Ibu Dr. Posmaria Setiaswi Sitohang. S.E., M.Si. 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 Dr. Retno Yustini, M.Si 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. 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.

7. Bapak M. Widyanto, SE, MM 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. Ayah Ten Ngit Kon, Ibu Bong Muk Nong, Saudara Ten Richard Hiandi, 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 Sanjaya Putra Hartono, Pieter Mario Tanuwijaya, 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 laptop di 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.

Penulis,



Ten Hosea Apriyandi

## ABSTRAK

### **PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP SECARA ONLINE PADA TOKO LAPTOP SEMARANG (STUDI KASUS KONSUMEN DI SEMARANG)**

**Nama** : Ten Hosea Apriyandi

**Nim** : 18.D1.0102

**Program Studi** : S1 – Manajemen

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis

**Dosen Pembimbing** : Dr. Posmaria Setiaswi Sitohang. S.E., M.Si.

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

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *digital marketing* dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian laptop secara *online* yang dilakukan konsumen di toko-toko laptop yang ada di Kota Semarang. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu convenience sampling. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil yang didapat adalah variabel *digital marketing* berpengaruh secara positif akan tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap keputusan pembelian.



## ABSTRACT

### THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING AND QUALITY OF SERVICE ON ONLINE LAPTOP PURCHASE DECISION AT A LAPTOP SHOP IN SEMARANG (CASE STUDY OF CONSUMERS IN SEMARANG)

**Name** : Ten Hosea Apriyandi

**Number** : 18.D1.0102

**Study Program** : S1 – Management

**Faculty** : Economics and Business

**Lecturer Mentor** : Dr. Posmaria Setiasiwi Sitohang. S.E., M.Si.

**Word Key** : *Digital Marketing*, *Service Quality*, and *Consumer Purchasing Decisions*.

This study aims to analyze the effect of *digital marketing* and service quality partially and simultaneously on *online* laptop purchasing decisions made by consumers in laptop shops in Semarang City. The sample in this study amounted to 100 respondents. The sampling technique used is convenience sampling. The type of research used is quantitative research with multiple linear regression analysis techniques. The results obtained are *digital marketing* variables have a positive but not significant effect on purchasing decisions. While the service quality variable has a positive and significant impact on purchasing decisions.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	1
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	2
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	3
HALAMAN PERSETUJUAN	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK	6
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
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	9
2.1.3. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	11
2.2. Penelitian Sebelumnya	14
2.3. Kerangka Pikir	16
2.4. Hipotesis Penelitian	16
2.5. Definisi Operasional Variabel	17
Bab III Metode Penelitian	19
3.1. Objek, Responden, dan Lokasi Penelitian	19
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	19
3.3. Metode Pengumpulan Data	20
3.3.1. Jenis dan Sumber Data	20

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	20
3.3.3. Uji Validitas	20
3.3.4. Uji Reliabilitas	21
3.4. Alat Analisis	22
3.4.1. Alat Analisis Data	22
3.4.2. Analisis Regresi Linear Berganda	22
3.4.3. Analisis Deskriptif	23
3.4.4. Uji Parsial (uji t)	24
3.4.5. Uji Simultan (uji F)	24
3.4.6. Uji Determinasi	24
Bab IV Analisis dan Pembahasan	26
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	26
4.2 Analisis Data	27
4.2.1 Gambaran umum responden	27
4.2.2 Analisis Deskriptif	34
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda	39
4.2.4 Uji Parsial T	40
4.2.5 Uji Simultan F	40
4.2.6 Uji Determinasi	41
4.3 Pembahasan	41
4.3.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	41
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	42
Bab V Penutup	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	44
Daftar Pustaka :	45
Lampiran Penelitian	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	15
Tabel 2.2 Definisi Operasional	18
Tabel 3.1 Olah Data Uji Validitas <i>Field Test</i>	22
Tabel 3.2 Olah Data Uji Reliabilitas <i>Field Test</i>	23
Tabel 3.3 Kriteria Presentase Analisis Deskriptif Kesetujuan Responden Atas Suatu Aspek	25
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	28
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Gender	28
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	29
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Bulanan	30
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Merek Laptop yang Dibeli	31
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Tahun Laptop yang Dibeli	31
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Kondisi Laptop yang Dibeli	32
Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan Harga Laptop yang Dibeli	33
Tabel 4.9 Karakteristik Berdasarkan Keperluan Pembelian Laptop	34
Tabel 4.10 Karakteristik Berdasarkan Aplikasi Yang Paling Banyak Digunakan	34
Tabel 4.11 Skor Rentang Skala Digital Marketing	36
Tabel 4.12 Skor Rentang Skala Kualitas Pelayanan	37
Tabel 4.13 Skor Rentang Skala Keputusan Pembelian	39
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda	40
Tabel 4.15 Hasil Uji T	41
Tabel 4.16 Uji Simultan F	41
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Analisis Koefisien Deterimansi	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 ..... 2  
Gambar 1.2 ..... 3  
Gambar 2.1 ..... 17



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	53
Lampiran 2 OutputSpss .....	59
Lampiran 3 Foto Kondisi Lapangan .....	65
Lampiran 4 Antiplagiasi .....	69

