

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS JUAL BELI ONLINE
(STUDI KASUS PADA *E-COMMERCE* WEBSITE**

BERRYBENKA)

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



GITA OKTAPIANA MURTAFAIAH SAHANI

1141001085

PROGRAM STUDI MANAJEMEN STRATA 1

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

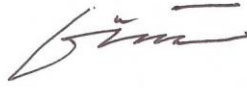
2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah orisinil karya dan penelitian dari penulis. Segala informasi dan data yang tertera pada penelitian ini adalah hasil karya dari para peneliti dan penulis telah mencantumkan sumber data secara benar. Segala hal yang ada dalam penelitian tugas akhir ini adalah sepenuhnya tanggung jawab dari penulis.

Nama : Gita Oktapiana Murtafiah Sahani

NIM : 1141001085

Tanda Tangan : 

Date : 26 APRIL 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh

Nama : Gita Oktapiana Murtafiah Sahani

NIM : 1141001085

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan
Pembelian Pada Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada *E-commerce* website
Berrybenka)

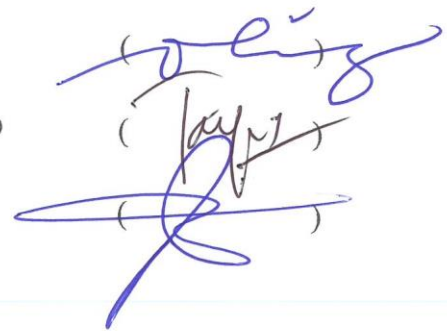
Telah berhasil di pertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima
sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu
Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holilla Hatta, S.Pd., M.M

Penguji 1 : M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D

Penguji 2 : Anon Kuswardono, S.E, MBA



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 APRIL 2018

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Jual Beli Online (Studi Kasus Pada *E-Commerce Website Berrybenka*)**” guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen program studi Manajemen Universitas Bakrie.

Penulis menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Holila Hatta, S. Pd., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan arahan untuk kelancaran penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Suwandi, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Magang yang sudah memberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam kerja praktik yang nyata sehingga semangat yang ditularkan mampu menyemangati penulis.
4. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang turut hadir support dan dukungannya untuk penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ayah, Ibu serta keluarga penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan untuk kelancaran penulisan skripsi ini. Memang jauh dari kata sempurna, tapi ini adalah hasil terbaik yang penulis persembahkan untuk Ayah dan Bunda.

6. Seluruh rekan-rekan **“Wicaksono”** Asep Bagus Juniarso, Fatimah Azzahra, Khairannisa, M. Rizki Okseviano, Intan Permatasari, Aisyah Aziz, Naomi Ayu Monica, Maulida Azmi, Ravy Al Hafiz yang selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan laporan magang ini.
7. Kepada Nur Fiqrianto, rekan bertukar pikiran yang tulus berbagi ilmu dan pengalamannya untuk mendukung penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, waktu yang diluangkan, dan dukungannya.
8. Serta rekan-rekan seperjuangan Universitas Bakrie yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik isi maupun susunannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis juga bagi para pembaca.

Jakarta,

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gita Oktapiana Murtafiah Sahani
NIM : 1141001085
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie. **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS JUAL BELI ONLINE (STUDI KASUS PADA *E-COMMERCE* WEBSITE BERRYBENKA)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmediakan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 26 APRIL 2018

Yang Menyatakan



Gita Oktapiana Murtafiah Sahani

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA SITUS JUAL BELI ONLINE
(STUDI KASUS PADA *E-COMMERCE* WEBSITE BERRYBENKA)**

Gita Oktapiana Murtafiah Sahani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *digital marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada situs jual beli online Berrybenka. Sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, dan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif antara *digital marketing* terhadap keputusan pembelian pada situs jual beli online Berrybenka. Besarnya pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan pembelian pada situs jual beli online Berrybenka sebesar 0,609. Hal ini berarti bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh strategi *digital marketing* sebesar 60,9%, sedangkan sisanya sebesar 39,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Keputusan Pembelian

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA SITUS JUAL BELI ONLINE
(STUDI KASUS PADA *E-COMMERCE* WEBSITE BERRYBENKA)**

Gita Oktapiana Murtafiah Sahani

ABSTRACT

The purpose of research to determine whether the digital marketing effect on purchasing decisions on Berrybenka. The sample in this study was taken by using purposive sampling method, with the number of samples of 100 respondents, and data collection techniques using questionnaires. Based on the results of simple linear regression analysis can be concluded that there is a positive influence between digital marketing to purchase decisions on Berrybenka. The influence of digital marketing on purchasing decisions on Berrybenka of 0.609. This means that purchasing decisions are influenced by digital marketing strategy of 60.9%, while the remaining 39.1% is influenced by other factors not included in this study.

Keyword: Digital Marketing, Purchase Decision

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.4.2 Manfaat Teoritis	6
1.4.3 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Masalah	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Konsep Pemasaran.....	8
2.2 Revolusi Pemasaran.....	8
2.3 Digital Marketing	11
2.4 Online Advertising.....	16
2.5 Perilaku konsumen.....	17
2.5.1 Perilaku Pembelian	17
2.6 Keputusan Pembelian.....	18
2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
2.8 Kerangka Konseptual.....	21

2.9	Hipotesis Penelitian	21
BAB III METODE PENELITIAN		22
3.1	Metode Penelitian	22
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	22
3.2.1	Data Primer	22
3.2.2	Data Sekunder	22
3.3	Variabel Penelitian	23
3.3.1	Variabel bebas (independent variabel)	23
3.3.2	Variabel terikat (<i>dependent variabel</i>)	23
	Merupakan.....	23
3.4	Populasi dan Sampel.....	23
3.4.1	Populasi	23
3.4.2	Sampel.....	23
3.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.6	Operasionalisasi Variabel Penelitian	25
3.6.1	Alat Ukur variabel.....	25
3.7	Teknik Analisis Data	26
3.7.1	Uji Instrumen Penelitian	26
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	28
3.7.3	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	29
3.7.4	Uji Hipotesis dengan Uji T	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	31
4.1.1	Profil Perusahaan.....	31
4.2	Uji Instrumen.....	32
4.2.1	Uji Reliabilitas 30 Responden.....	32
4.2.2	Uji Validitas 30 Responden	34
4.2.3	Uji Reliabilitas 100 Responden.....	36
4.2.4	Uji Validitas 100 Responden.....	36
4.3	Karakteristik Responden.....	38
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	39
4.4.1	Uji Normalitas	40

4.4.2	Uji Heterokedastisitas	41
4.5	Analisis Regresi Linear Sederhana	42
4.6	Hasil Hipotesis dengan Uji T	44
4.7	Pembahasan	45
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		48
5.1	Simpulan	48
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	48
5.3	Saran	48
DAFTAR PUSTAKA.....		50
LAMPIRAN		54
	Lampiran 1 Kuesioner	54
	Lampiran 2 Rekapitulasi Responden.....	59
	Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden	61
	Lampiran 4 Uji Validitas dan reiiabilitas 100 Responden.....	64
	Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	67
	Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Fashion Yang Paling Banyak Diburu Konsumen Online	2
Gambar 1.2 Iklan BERRYBENKA Pada Situs Blog.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-plot.....	41
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	42

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Perbandingan Antara Marketing v1.0, v2.0, v3.0	9
Table 3.1 Operasional Variabel	26
Table 4.1 Hasil Uji Reabilitas Pretest Digital Marketing	33
Table 4.2 Hasil Uji Reabilitas Pretest Keputusan Pembelian	33
Table 4.3 Hasil Uji Validitas Pretest Digital Marketing	34
Table 4.4 Hasil Uji Validitas Pretest Keputusan Pembelian	35
Table 4.5 Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y	36
Table 4.6 Karakteristik Responden	39
Table 4.7 Uji Validitas Variabel X	36
Table 4.8 Uji Validitas Variabel Y	38
Table 4.9 Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov	40
Table 4.10 Hasil Uji Regresi Sederhana	43
Table 4.11 Hasil Uji Statistik T	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	54
Lampiran 2 Rekapitulasi Responden.....	59
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden	61
Lampiran 4 Uji Validitas dan reliabilitas 100 Responden.....	64
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	67
Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	70