SKRIPSI

PENGARUH IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP *KEPUASAN KONSUMEN* PADA ROTI JOHN DI DRIYOREJO, GRESIK

Karya tulis ini untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu

Disusun Oleh:

JOSEPHINE DENNISE DARMAWAN

NPM : 21420010

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP *KEPUASAN KONSUMEN* PADA ROTI JOHN DI DRIYOREJO, GRESIK

Diajukan Oleh :

JOSEPHINE DENNISE DARMAWAN

NPM : 21420010

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING

Lestari, SE., MM

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

i

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH IMPLEMENTASI *DIGITAL MARKETING* DAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP *KEPUASAN KONSUMEN* PADA ROTI JOHN DI DRIYOREJO, GRESIK

Diajukan Oleh :

JOSEPHINE DENNISE DARMAWAN

NPM : 21420010

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama	Anggota Dewan Penguji Lain
Lestari, SE., MM	Dijah Juliandrastuti, SE., M.AK

Evianah, SE., Msi

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 14 Agustus 2025

Dr Adrianto Trimarjono, SE, MM

Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa naskah Skripsi ini murni hasil karya saya sendiri, dan di dalamnya tidak memuat karya ilmiah yang sebelumnya pernah diajukan, baik oleh saya maupun oleh pihak lain, untuk memperoleh gelar akademik. Selain itu, segala kutipan dari karya atau pendapat orang lain telah disebutkan secara tertulis dan dicantumkan dalam bagian isi Skripsi serta tercantum dalam Daftar Pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa naskah skripsi ini mengandung unsur plagiarisme, saya bersedia menerima pembatalan disertai pencabutan gelar akademik (Sarjana S1 Manajemen) yang telah saya peroleh, dan siap diproses sesuai ketentuan hukum yang berlaku.

Surabaya, 2025

Yang membuat pernyataan

Josephine Dennise Darmawan

21420010

KATA PENGANTAR

Shallom, Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih karunia, dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Implementasi Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing terhadap Kepuasan Konsumen pada Roti John di Driyorejo, Gresik"**. Penelitian ini disusun sebagai bagian dari pemenuhan persyaratan akademik untuk meraih gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Dalam proses penyusunannya, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, doa, serta bimbingan yang sangat berarti hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, doa, serta bimbingan yang sangat berarti dalam proses penyusunan skripsi ini, di antaranya:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus, atas kasih, penyertaan, kekuatan, kesehatan, dan anugerah-Nya yang senantiasa diberikan kepada penulis dalam setiap langkah hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL (K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak. selaku Dekan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kususma Surabaya.
4. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kususma Surabaya.
5. Bapak Lestari, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyempatkan dan meluangkan waktu dalam mengarahkan, v membimbing, serta memberi saran yang sangat berarti bagi penulis dalam menyeselaikan skripsi dengan baik.

6. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., M.Ak. selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan bantuan bagi penulis selama kuliah serta memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membimbing dan memberikan pengetahuan selama proses perkuliahan di lingkungan kampus.
8. Kedua orang tua tercinta, Mama Lie Xoe Ky dan Papa Paulus Darmawan, serta adik tersayang Pauline Dennise D, yang selalu setia mendengarkan setiap keluh kesah penulis, memberikan doa, semangat, dan dukungan penuh hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Kepada suami tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan dan ketenangan hati penulis di setiap langkah perjalanan ini. Terima kasih atas cinta, kesabaran, doa, dan dukungan tiada henti yang selalu menguatkan penulis dalam menghadapi segala tantangan, termasuk dalam menyelesaikan skripsi ini. Kehadiranmu adalah anugerah terindah yang senantiasa memberi semangat dan makna dalam setiap proses yang penulis jalani.
10. Sahabat-sahabat terdekat penulis, yakni Arif Dhia Misbahudin, Dwi Rizky, Bella, Dimson, Rizky Sanjaya, Rara Marcella, serta teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bentuk dukungan, semangat, kebersamaan, serta kritik dan saran yang membangun. Kehadiran kalian memberikan warna dan motivasi tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan proses penyusunan skripsi ini.
11. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu tetapi tetap penulis akan mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya.

Penulis menyadari bahwa makalah ini masih memiliki kekurangan, baik dari segi penyajian maupun analisis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi perbaikan dan penyempurnaan makalah ini di masa mendatang.Akhir kata, semoga makalah ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi semua pihak yang berkepentingan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Digital Marketing* (X1) dan *Customer Relationship Marketing* (X2) terhadap *Kepuasan Konsumen* (Y) pada usaha Roti John di Driyorejo, Gresik. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan metode random sampling yang melibatkan 100 responden konsumen Roti John. Pengolahan data dilakukan menggunakan software IBM SPSS Statistic versi 20 melalui uji validitas, reliabilitas, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Marketing dan Customer Relationship Marketing berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara parsial, kedua variabel tersebut juga memberikan kontribusi positif, dengan Digital Marketing memengaruhi kemudahan akses informasi dan interaksi online, sementara CRM memperkuat loyalitas konsumen melalui komunikasi yang personal dan pelayanan yang responsif. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi pemasaran berbasis digital dan hubungan pelanggan yang kuat menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan dan daya saing UMKM di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontrobusi bagi pengembangan strategi pemasaran UMKM, khususnya dalam sektor kuliner lokal.

Kata kunci: *Digital Marketing, Customer Relationship Marketing, Kepuasan Konsumen, UMKM, Roti John.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Digital Marketing (X1) and Customer Relationship Marketing (X2) on Consumer Satisfaction (Y) at Roti John, a culinary business located in Driyorejo, Gresik. A quantitative approach was used in this research, employing a random sampling method involving 100 respondents who are customers of Roti John. Data analysis was conducted using IBM SPSS Statistics version 20 through validity and reliability tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results showed that both Digital Marketing and Customer Relationship Marketing have a significant effect on Consumer Satisfaction. Partially, both variables also contributed positively, where Digital Marketing influenced the ease of accessing information and online interaction, while CRM strengthened consumer loyalty through personalized communication and responsive service. This study confirms that digital-based marketing strategies and strong customer relationships are crucial factors in improving consumer satisfaction and the competitiveness of MSMEs in the digital era. The findings are expected to contribute to the development of marketing strategies for MSMEs, particularly in the local culinary sector.

Keywords: *Digital Marketing, Customer Relationship Marketing, Consumer Satisfaction, MSMEs, Roti John***.**

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN ..... i.
HALAMAN PENGESAHAN ..... ii.
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI iii
KATA PENGANTAR iv
ABSTRAK vi
ABSTRACT vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR LAMPIRAN xiii

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.3 Tujuan Penelitian 9
1.5 Manfaat Penelitian 9
1.6 Sistematika Skripsi/Tesis 10

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 11
2.1 Landasan Teori 11
2.1.1 Digital Marketing 12
2.1.1.1 Pengertian *Digital Marketing* 12
2.1.1.2 Indikator Digital Marketing 13
2.1.2 Customer Relationship Marketing (CRM) 15
2.1.2.1 Pengertian Customer Relationship Marketing 15
2.1.2.3 Manfaat Customer Relationship Marketing 16
2.1.2.4 Indikator Customer Relationship Marketing 18
2.1.3 Kepuasan Konsumen 19
2.1.3.1 Pengertian *Kepuasan Konsumen* 19

2.1.3.2 Indikator Kepuasan Konsumen 20
2.1.4 Pentingnya *Kepuasan Konsumen* pada Usaha *Rest Jahe* Driyorejo, Gresik 21
2.2 Penelitian Terdahulu 24
2.3 Model penelitian 27
2.4 Hipotesis Penelitian 27
2.4.1 Pengaruh Digital Marketing terhadap Kepuasan Konsumen 28
2.4.2 Pengaruh Customer Relationship Marketing terhadap Kepuasan Konsumen 29

BAB III METODE PENELITIAN 31
3.1 Desain Penelitian 31
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 31
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian 32
3.3.1 Populasi 32
3.3.2 Sampel 32
3.3.3 Penentuan Ukuran Sampel 33
3.4 Identifikasi Variabel 35
3.4.1 Variabel Independen (Variabel Bebas) 35
3.4.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat) 35
3.5 Definisi Operasional Variabel 35
3.5.1 Digital Marketing (X1) 35
3.5.2 Customer Relationship Marketing (CRM) (X2) 37
3.5.3 Kepuasan Konsumen (Y) 37
3.6 Jenis dan Sumber Data 38
3.7 Metode Pengumpulan Data 40
3.8 Teknik Analisis Data 41
3.8.1 Uji Instrumen 41
3.8.1.1 Uji Validitas 42
3.8.1.2 Uji Reliabilitas 42
3.8.2 Uji Linear Berganda 43

3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2) 44
3.8.4 Uji Hippotesis 44
3.8.4.1 Uji T 44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 46
4.1 Gambaran Objek Studi 46
4.1.1 Gambaran Roti John 46
4.2 Deskripsi Hasil Jawaban Responden 47
4.2.1 Karakteristik Responden 47
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian 50
4.3. Hasil Analisis Data 55
4.3.1. Hasil Uji Instrumen 55
4.3.2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 62
4.3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (*R2*) 64
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis 65
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 68
4.4.1 Pengaruh *Digital Marketing* terhadap Kepuasan Konsumen 68
4.4.2 Pengaruh *Customer Relationship Marketing* terhadap Kepuasan Konsumen 69

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 71
5.1 Simpulan 71
5.2 Keterbatasan Penelitian 72
5.3 Saran 73

DAFTAR PUSTAKA 75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Research Gap Digital Marketing terhadap Kepuasan Konsumen 6
Tabel 1. 2 Research Gap Customer Relationship Marketing terhadap Kepuasan Konsumen 7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 24
Tabel 3. 1 Skala Likert 40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis kelamin 47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 49
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan Saat Ini 49
Tabel 4. 5 Kategori Masing – Masing Variabel 51
Tabel 4. 6 Jawaban responden terkait Digital Marketing (X1) 51
Tabel 4. 7 Jawaban responden terkait Brand Ambassador (X2) 53
Tabel 4. 8 Jawaban responden terkait Brand Ambassador (X2) 54
Tabel 4. 9 Hasil Uji validitas 56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas 59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 64
Tabel 4. 13 Hasil Uji T 66
Tabel 4. 14 Hasil Uji F ..... 67.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran penelitian 27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian 77
Lampiran 2. Data Tabulasi 81
Lampiran 3. Hasil Olah Data SPSS 97