

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MEREK ERIGO DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

TSINTANI FADILATUR ROSYIDAH

NPM : 18420085

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2022

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tsintani Fadilatur Rosyidah

NPM : 18420085

Alamat : Griya Citra Asri Jl. Nuri Rm 10/1, Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Digital Marketing, Word of Mouth, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Erigo di Surabaya*”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 01 - 03 - 2022

Yang membuat pernyataan



(Tsintani Fadilatur Rosyidah)

NPM: 18420085

SKRIPSI

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MEREK ERIGO DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

TSINTANI FADILATUR ROSYIDAH

18420085


TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING


Atty Erdiana, SE., M.Ak.

Tanggal, 22 Januari 2022

KETUA PROGRAM STUDI


Dr. Kristiningsih, SE., M.Si.

Tanggal, 21 Januari 2022

SKRIPSI

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MEREK ERIGO DI SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

TSINTANI FADILATUR ROSYIDAH

18420085

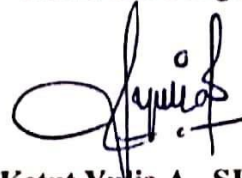
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Atty Erdiana, SE., M.Ak

Ketua Tim Penguji



Ni Ketut Yulia A., SE., MM

Sekretaris Tim Penguji



Adrianto Trimarjono, SE, MM

Anggota Tim Penguji



Djojo Diharidjo, S.E., M.M., M. Ak

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal ... 09 - 02 - 2022



Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si.

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala berkah dan rahmatNya sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu penulisan dengan judul, “Pengaruh *Digital Marketing, Word of Mouth*, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Erigo di Surabaya”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 program studi Manajemen.

Disadari bahwa dalam proses penulisan ini banyak mengalami kendala, nemun berkat bantuan, bimbingan, kerja sama, dan doa dari berbagai pihak, maka kendala-kendala yang dihadapi dapat teratasi. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL (K), FICS. selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan bermanfaat pada saat menimba ilmu.
4. Ibu Atty Erdiana, SE., M.Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan tenaga dan waktu dalam membimbing, memberi kemudahan, pengarahan, motivasi, semangat dan saran-saran dengan penuh kesabaran selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak Hendra Prasetya, M.Ak. selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahan selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya program studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan bermanfaat pada saat menimbah ilmu.

7. Seluruh staff kemahasiswaan dan akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan pelayanan terbaik selama proses perkuliahan maupun skripsi.
8. Kedua orang tua tercinta dan kakak Ainun yang telah memberikan kasih sayang disertai dukungan semangat serta kebutuhan selama menimba ilmu.
9. Teman-teman seperjuangan Rozi, Faiza, Surya yang telah memberikan semangat dan motivasi selama proses penyelesaian skripsi. Serta teman-teman tersayang Rinny, Enad, Andi dan yang lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Walaupun Penulis telah berusaha dengan segala kemampuan yang ada, akan tetapi disadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam naskah ini. Oleh karena itu, penulis akan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkan.

Surabaya, 22 Januari 2022

Tsintani Fadilatur Rosyidah

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| ABSTRAK..... | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 6 |
| BAB II TELAAH PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 8 |
| 2.1.1 Pemasaran | 8 |
| 2.1.1.1 Konsep Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.2 <i>Digital Marketing</i> | 9 |
| 2.1.2.1 Tujuan <i>Digital Marketing</i> | 12 |
| 2.1.2.2 Manfaat <i>Digital Marketing</i> | 12 |
| 2.1.2.3 Indikator <i>Digital Marketing</i> | 13 |
| 2.1.3 <i>Word of Mouth</i> | 13 |
| 2.1.3.1 Jenis-jenis <i>Word of Mouth</i> | 15 |
| 2.1.3.2 Manfaat <i>Word of Mouth</i> | 15 |
| 2.1.3.3 Indikator <i>Word of Mouth</i> | 16 |
| 2.1.4 Kualitas Pelayanan | 17 |
| 2.1.4.1 Faktor-faktor Kualitas Pelayanan | 18 |
| 2.1.4.2 Manfaat Kualitas Pelayanan | 19 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan | 20 |
| 2.1.5 Keputusan Pembelian | 21 |
| 2.1.5.1 Tujuan Keputusan Pembelian | 22 |
| 2.1.5.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian . | 23 |
| 2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian..... | 25 |
| 2.2 Hubungan antar Variabel..... | 26 |
| 2.2.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 26 |
| 2.2.2 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 26 |
| 2.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian | 27 |
| 2.3 Penelitian Terdahulu | 27 |
| 2.4 Hipotesis dan Model Analisis..... | 30 |
| 2.4.1 Hipotesis..... | 30 |
| 2.4.2 Model Analisis | 30 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 31 |
| 3.1 Pendekatan Penelitian | 31 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 31 |
| 3.2.1 Populasi | 31 |
| 3.2.2 Sampel..... | 32 |
| 3.3 Identifikasi Variabel..... | 33 |
| 3.4 Definisi Operasional Variabel | 34 |
| 3.4.1 <i>Digital Marketing</i> | 34 |
| 3.4.2 <i>Word of Mouth</i> | 35 |
| 3.4.3 Kualitas Pelayanan | 36 |
| 3.4.4 Keputusan Pembelian | 38 |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data..... | 39 |
| 3.6 Teknik Analisis | 40 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 40 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas | 41 |
| 3.6.3 Analisis Linier Berganda..... | 41 |
| 3.6.4 Uji Hipotesis | 42 |
| 3.6.4.1 Uji F..... | 42 |

| | |
|---|----|
| 3.6.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 43 |
| 3.6.4.3 Uji t (parsial) | 43 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 45 |
| 4.1 Gambaran Objek Penelitian..... | 45 |
| 4.1.1 Sejarah Perusahaan..... | 45 |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian | 48 |
| 4.2.1 Distribusi Lokasi Responden | 48 |
| 4.2.2 Karakteristik Responden | 49 |
| 4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 49 |
| 4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 50 |
| 4.2.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 50 |
| 4.2.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 51 |
| 4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian | 52 |
| 4.2.3.1 Deskripsi Variabel <i>Digital Marketing</i> (X_1)..... | 53 |
| 4.2.3.2 Deskripsi Variabel <i>Word of Mouth</i> (X_2) | 53 |
| 4.2.3.3 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)..... | 54 |
| 4.2.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 55 |
| 4.3 Hasil Analisis Data..... | 56 |
| 4.3.1 Uji Instrumen | 56 |
| 4.3.1.1 Hasil Pengujian Validitas | 56 |
| 4.3.1.2 Hasil Pengujian Reliabilitas | 57 |
| 4.3.2 Analisis Linier Berganda..... | 58 |
| 4.3.3 Uji Hipotesis | 60 |
| 4.3.3.1 Uji F..... | 60 |
| 4.3.3.2 Uji t | 62 |
| 4.3.3.3 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 65 |
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 65 |
| 4.4.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Erigo..... | 66 |
| 4.4.2 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Erigo | 67 |

| | |
|---|----|
| 4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk | |
| Merek Erigo | 67 |
| BAB V SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN | 69 |
| 5.1 Simpulan | 69 |
| 5.2 Saran | 69 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian | 70 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 27 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 50 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 50 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 51 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 51 |
| Tabel 4.5 Kategori Masing-Masing Variabel | 53 |
| Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Digital Marketing</i> | 53 |
| Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Word of Mouth</i> | 54 |
| Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan..... | 54 |
| Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian | 55 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas | 56 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas | 57 |
| Tabel 4.12 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda | 58 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji F..... | 61 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji t | 62 |
| Tabel 4.15 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 65 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berfikir | 30 |
| Gambar 4.1 Logo Erigo Store..... | 45 |
| Gambar 4.2 Sosial media Instagram Erigo Store | 45 |
| Gambar 4.3 Potret Erigo Store Saat Event Jakcloth | 46 |
| Gambar 4.4 Erigo Store di Shopee..... | 46 |
| Gambar 4.5 Erigo Store muncul di Billboard New York | 47 |
| Gambar 4.6 Erigo di New York Fashion Week | 47 |
| Gambar 4.7 Peta Kota Surabaya..... | 49 |
| Gambar 4.8 Kurva Distribusi Uji F..... | 61 |
| Gambar 4.9 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 63 |
| Gambar 4.10 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 64 |
| Gambar 4.11 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian | 64 |

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui pengaruh *Digital Marketing* terhadap keputusan pembelian. 2) Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian. 3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *Digital Marketing*, *Word of Mouth*, dan Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian. Penentuan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik *purposive sampling*. Kriteria dalam penelitian ini adalah: 1) Konsumen yang pernah membeli produk merek Erigo dalam kurun waktu 1 tahun terakhir, 2) Konsumen minimal 18 tahun. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis untuk uji hipotesis menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Word of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to 1) To determine the effect of Digital Marketing on purchasing decisions. 2) To determine the effect of Word of Mouth on purchasing decisions. 3) To determine the effect of service quality on purchasing decisions. The independent variables in this study are Digital Marketing, Word of Mouth, and Service Quality, while the dependent variable in this study is Purchase Decision. Determination of the sample using non-probability sampling method with purposive sampling technique. The criteria in this study are: 1) Consumers who have bought Erigo brand products within the last 1 year, 2) Consumers at least 18 years old. The number of samples is 100 respondents. The analysis technique for hypothesis testing uses Multiple Linear Regression. The results show that Digital Marketing has a significant effect on Purchase Decisions, Word of Mouth has a significant effect on Purchase Decisions, and Service Quality has a significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: *Digital Marketing, Word of Mouth, Service Quality, Purchase Decision*