

**ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING, HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PRODUK MAKANAN CHICKEN HOLIC
CABANG THAMRIN PLAZA**

SKRIPSI

Oleh :

**FENI
NIM : 19.711.1358**

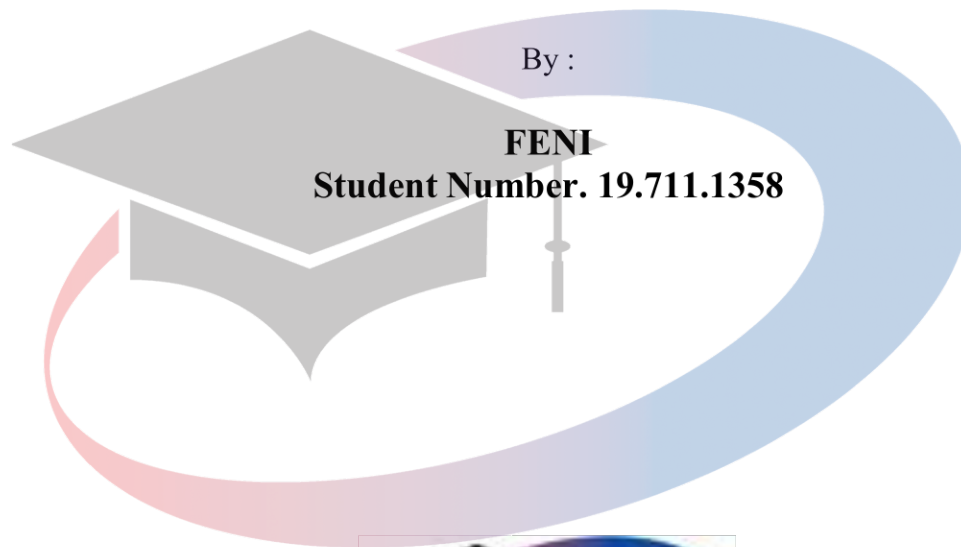


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL**

**MEDAN
2023**

**ANALYSIS THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING,
PRICE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER PURCHASE
DECISIONS FOR FOOD PRODUCTS AT CHICKEN HOLIC
THAMRIN PLAZA BRANCH**

FINAL RESEARCH




UNIVERSITAS
MIKROSKIL

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF BUSINESS
MIKROSKIL UNIVERSITY
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MAKANAN CHICKEN HOLIC CABANG THAMRIN PLAZA

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu Program Studi Manajemen

Oleh:

FENI
197111358

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I,



(Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si.)

Medan, 7 Agustus 2023

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi
Manajemen,



(Suci Pertiwi S.E., M.Si.)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Feni

Nim : 197111358

Perminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Digital Marketing, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Makanan Chicken Holie Cabang Thamrin Plaza

Tempat Penelitian : Chicken Holie cabang Thamrin Plaza

Alamat Tempat Penelitian : Jl. M.H Thamrin No.82

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan belum dipublikasikan oleh siapapun sebelumnya. Bila dikemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuat) atau sudah pernah dipublikasikan oleh pihak lain, maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan yakni **Pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan Ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya. Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel atau buku.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 1 Juli 2023

Saya yang membuat pernyataan,



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Digital Marketing, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Chicken Holic Cabang Thamrin Plaza. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*, menggunakan metode *non probability sampling* dan menggunakan rumus *lemeshow* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel digital marketing berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk makanan Chicken Holic cabang Thamrin plaza dengan nilai hasil uji t (X1) sebesar 3,313. Sedangkan, Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada produk makanan Chicken Holic cabang Thamrin Plaza dengan nilai hasil uji t (X2) sebesar 0,072 dan (X3) sebesar 0,073. Selanjutnya, Hasil secara simultan (Uji F) sebesar 25,097 yang menunjukkan bahwa ketiga variabel independent (Digital Marketing, Harga dan Kualitas Produk) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Adjusted R² menunjukkan bahwa variabel digital marketing, harga dan kualitas produk dapat menjelaskan variasi terhadap variabel keputusan pembelian adalah sebesar 42,2% dan sisanya sebesar 57,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Harga dan Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Digital Marketing, Price, and Product Quality on Purchase Decisions for Food Products at Chicken Holic Thamrin Plaza Branch. This research uses an accidental sampling technique, uses a non-probability sampling method, and uses the Lemeshow formula with a total sample of 100 respondents. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis. Partial testing (t-test) shows that digital marketing variables partially influence purchasing decisions on food products Chicken Holic Thamrin Plaza branch with a t-test result value (X1) of 3.313. Whereas, Partial testing (t-test) shows that the price and product quality variables do not partially influence purchasing decisions on food products Chicken Holic Thamrin Plaza branch with t-test results (X2) of 0.072 and (X3) of 0.073. Furthermore, the simultaneous results (Test F) of 25.097 indicate that the three independent variables (Digital Marketing, Price, and Product Quality) simultaneously have a significant effect on the dependent variable (Purchasing Decision). Adjusted R2 shows that the digital marketing, price, and product quality variables can explain the variation in the purchase decision variable by 42.2% and the remaining 57.8% is explained by other factors not examined in this study.

Keywords : *Digital Marketing, Price and Product Quality, Purchase Decision*

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Analisis Pengaruh Digital Marketing, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Makanan Chicken Holic Cabang Thamrin Plaza”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, arahan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini peneliti dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si. selaku Dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Sherly Joe, S.Kom., M.M. selaku Dosen pendamping pembimbing yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.SC.,Ph.D. selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Ibu Agustina, S.Kom., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Suci Pertiwi, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan sekaligus sebagai Dosen Wali yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti.
6. Seluruh Dosen dan staf di Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah mendidik, memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.
7. Orang tua peneliti, Bapak Husin dan Ibu Sumiati yang telah membesarkan dan mendidik peneliti, yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan doa,

dukungan, motivasi dan kasih sayang yang tak terhingga. Kakak peneliti, Dewi yang selalu bertanya mengenai perkembangan pengerjaan skripsi serta selalu memberikan arahan, dukungan dan doa.

8. Kepada responden, peneliti mengucapkan terima kasih atas waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah dibagikan, berkat responden peneliti bisa mengelolah data dan menyelesaikan skripsi ini.
9. Penyanyi favorit peneliti, Taylor Swift dan Tulus atas lagu-lagu indah yang dinyayikan sebagai penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 11 Juli 2023

Peneliti

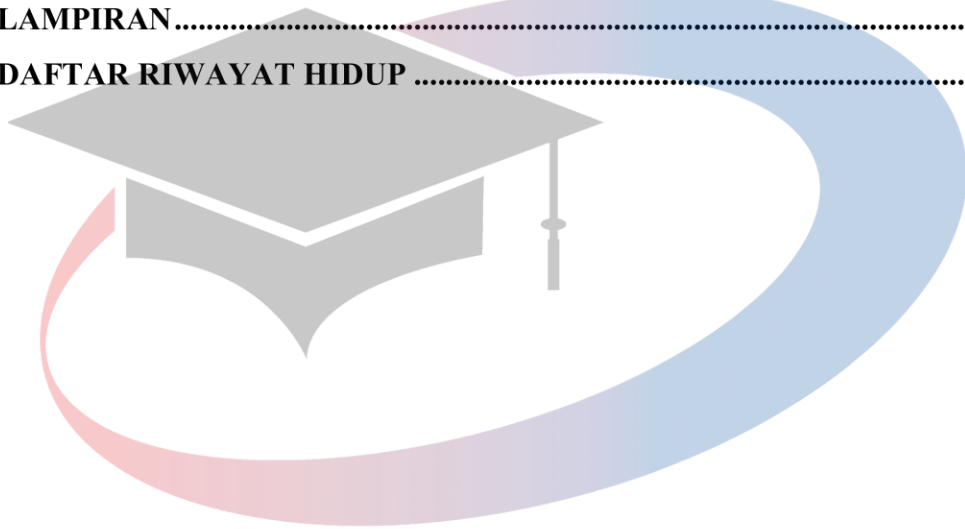
UNIVERSITAS
(Feni)
MIKROSKIL

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Ruang Lingkup.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Originalitas Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.3 Digital Marketing.....	16
2.1.4 Harga.....	19
2.1.5 Kualitas Produk.....	21
2.2 Review Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Konseptual	29
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	30
2.4.1 Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	31
2.4.4 Pengaruh Digital Marketing, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33

3.1	Jenis Penelitian	33
3.2	Objek Penelitian	33
3.3	Metode Pengumpulan Data	33
3.3.1	Jenis – Jenis Data	33
3.4	Populasi dan Sampel.....	35
3.4.1	Populasi	35
3.4.2	Sampel.....	35
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	36
3.6	Metode Analisis Data	37
3.6.1	Statistik Deskriptif	38
3.6.2	Pengujian Kualitas Data	38
3.6.3	Pengujian Asumsi Klasik	39
3.6.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.6.5	Pengujian Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Hasil Penelitian.....	43
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.1.2	Pengiriman dan pengembalian Kuesioner.....	44
4.1.3	Gambaran Umum Responden	44
4.1.4	Hasil Statistik Deskriptif.....	47
4.1.5	Hasil Uji Kualitas Data	49
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.1.8	Hasil Uji Hipotesis	59
4.2	Pembahasan	61
4.2.1	Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Chicken Holic.....	61
4.2.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Chicken Holic	63
4.2.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Makanan Chicken Holic.....	64

4.2.4 Pengaruh Digital Marketing, Harga dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Terhadap Produk Makanan Chicken Holic.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN.....	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	103



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Prasurvei Digital Marketing dari Chicken Holic	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1 Logo Chicken Holic	43
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	46
Gambar 4.6 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	55
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot	55
Gambar 4.8 Hasil Uji Normalitas Scatterplot	57



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Prasurvei Kualitas Produk dari Chicken Holic.....	4
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Skala Likert	34
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1 Tabel Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	44
Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Digital Marketing.....	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Harga.....	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov -Smirnov.....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Glejser.....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	58
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	59
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	60
Tabel 4.14 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	61

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	72
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN.....	77
LAMPIRAN 3 HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	90
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	92
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK.....	96
LAMPIRAN 6 HASIL UJI HIPOTESIS	99
LAMPIRAN 7 TABEL DISTRIBUSI T dan R (Probabilitas = 0,05)	101
LAMPIRAN 8 TABEL DISTRIBUSIF (Probabilitas = 0,05).....	102



UNIVERSITAS
MIKROSKIL