

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi Kasus Mie Gacoan Jababeka)**

SKRIPSI



OLEH :
MASRUKHAN ANHAR
NIM: 112011138

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**
(Studi Kasus Mie Gacoan Jababeka)

HALAMAN JUDUL

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen



OLEH :
MASRUKHAN ANHAR
NIM: 112011138

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

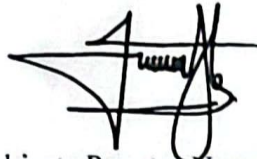
Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama : Masrukhan Anhar
Nim : 112011138
Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing* dan *Service Quality* terhadap pembelian analisis Kepuasan pelanggan sebagai *Variable Intervening* (Studi kasus mie gacoan jababeka)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 4 Agustus 2024

Dosen Pembimbing



Andrianto Prasetya Nugroho S.E., M.M

NIDN: 0424069301

HALAMAN PENGESAHAN

***PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN SERVICE QUALITY
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN : ANALISIS KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING***

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Masrukhan Anhar
112011138

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji
Erdi, S.E., S.Pd., M.M
NIDN: 0418016402

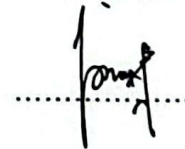
Tanda Tangan



.....

Anggota Penguji
Tri Mulyani Kartini, S.E., M.M
NIDN: 0421047703

Tanda Tangan



.....

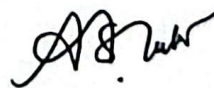
Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.
NIDN: 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Masrukhan Anhar
Nim : 112011138
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian tertentu dalam penyusunan skripsi ini saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dalam skripsi saya bukan hasil karya saya sendiri maka saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya miliki ataupun sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Bekasi, 4 Agustus 2024



Masrukhan Anhar

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Yakinlah ada sesuatu yang menanti mu selepas banyak kesabaran (yang kau jalani) yang akan membuat mu terpana hingga kau lupa sedihnya rasa sakit”

(Imam Ali Abi Thalib AS)

“Tidak perlu pelit ilmu. Semua orang bisa memegang gitar yang sama, tidak semuanya akan memainkan lagu yang sama” **(Fiersa Besari)**

Dengan penuh rasa Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak Nurhilal dan Ibu Suripah orang tua yang tercinta, Indri Dwi Djayanti istri terbaik yang telah memberikan doa dan support kepada penulis.
2. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu serta teladan yang sangat berharga

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan karunia-Nya terutama kesempatan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Mie Gacoan Jababeka)” ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulis telah mendapatkan bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak dalam menghadapi kendala yang timbul dalam proses penyusunan skripsi, hingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih terkhusus kepada:

1. Bapak Andrianto Prasetya Nugroho S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Ir.H. Moh. Mardiana., MM., PHD, selaku Ketua Yayasan Pelita Bangsa.
3. Bapak Hamzah Muhammad M.SKM., M.m selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
4. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih RDS, S.E., M.Sc dan Erina Rulianti SIP.,M.M. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa, serta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menyusun tugas akhir / skripsi.
5. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.

6. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang telah membimbing, menasehati dan berbagi ilmu sebagai bekal penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian skripsi ini.
7. Orang tua yang telah mendidik, mendoakan serta memfasilitasi penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. Indri Dwi Djayanti istri penulis yang selalu memberikan support dan doa serta menemani penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan kepada penulis agar menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Penulis telah berusaha untuk memberikan yang terbaik dalam penulisan skripsi ini, namun tidak menutup kemungkinan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis sampaikan, semoga penelitian dalam bentuk skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang sedang melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama. Terima kasih.

Bekasi, 4 Agustus 2024

Penulis

Masrukhan Anhar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Keputusan Pembelian	13
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian	13
2.1.2 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen	14
2.1.3 Proses Keputusan Pembelian.....	15
2.2 <i>Digital Marketing</i>	17
2.2.1 Definisi <i>Digital Marketing</i>	17
2.2.2 Indikator <i>Digital Marketing</i>	18
2.2.3 Kelebihan dan Kekurangan <i>Digital Marketing</i>	20
2.3 <i>Service Quality</i>	21
2.3.1 Definisi <i>Service Quality</i>	21
2.3.2 Indikator <i>Service Quality</i>	22
2.3.3 Faktor-faktor <i>Service Quality</i>	23
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	24
2.4.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan	25
2.4.3 Indikator Kepuasan Pelanggan	26
2.4.4 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	27
2.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan	28
2.6 Hipotesis Penelitian dan Model Penelitian	33
2.6.1 Hipotesis Penelitian	33
2.6.2 Model Penelitian.....	37
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Jenis Penelitian dan Desain Penelitian	39

3.1.1 Jenis Penelitian	39
3.1.2 Desain Penelitian	39
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	45
3.2.1 Definisi Operasional	45
3.2.2 Pengukuran Variabel	48
3.3 Populasi dan Sample.....	49
3.3.1 Populasi	49
3.3.2 Sample	50
3.4 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data	50
3.4.1 Jenis Data.....	50
3.4.2 Sumber Data	51
3.4.3 Metode Pengumpulan Data	51
3.5 Metode Analisis Data	52
3.5.1 Uji Instrumen.....	52
3.5.2 Uji Normalitas	53
3.5.3 Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	53
3.5.4 Uji Keseluruhan Model	54
3.5.5 Uji Hipotesis.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil Penelitian.....	57
4.1.1 Deskripsi Data	57
4.1.2 Karakteristik Responden	58
4.1.3 Statistik Deskriptif.....	61
4.1.4 Uji Instrumen	62
4.1.5 Uji Hipotesis.....	70
4.2 Pembahasan Uji Hipotesis	72
BAB V PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4. 1 Goodness Of Fit CFA <i>Digital Marketing</i> Sebelum Eliminasi	63
Tabel 4. 2 Goodness Of Fit CFA <i>Digital Marketing</i> Setelah Eliminasi	64
Tabel 4. 3 Goodness Of Fit CFA <i>Service Quality</i>	65
Tabel 4. 4 Goodness Of Fit CFA Keputusan Pembelian	66
Tabel 4. 5 Goodness Of Fit CFA Kepuasan Pelanggan	67
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Digital Marketing</i>	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Service Quality</i>	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	68
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan	69
Tabel 4. 10 Kecocokan Model	70
Tabel 4. 11 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Permintaan Mie Instan Di Dunia 2018-2022	2
Gambar 1. 2 Digital Marketing Website Mie Gacoan	6
Gambar 1. 3 Digital Marketing X Mie Gacoan.....	7
Gambar 1. 4 Digital Marketing Tiktok Mie Gacoan.....	7
Gambar 1. 5 Digital Marketing Instagram Mie Gacoan	8
Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian	15
Gambar 2. 2 Model Penelitian	38
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	61
Gambar 4. 5 Confirmatory Factor Analysis Digital Marketing	62
Gambar 4. 6 Confirmatory Factor Analysis Digital Marketing	63
Gambar 4. 7 Confirmatory Factor Analysis Service Quality	64
Gambar 4. 8 Confirmatory Factor Analysis Keputusan Pembelian.....	65
Gambar 4. 9 Confrimatory Factor Analysis Kepuasan Pelanggan	66
Gambar 4. 10 Uji Keseluruhan Model Struktural	69
Gambar 4. 11 Uji Hipotesis Output LISREL.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Mapping Jurnal Internasional	80
Lampiran 2 Lembar Kuesioner	85
Lampiran 3 Pernyataan Kuisisioner.....	87
Lampiran 4 Data Tabulasi Kuesioner	89
Lampiran 5 Karakteristik Responden.....	111
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	112
Lampiran 7 Confirmatory Factor Analysis	116
Lampiran 8 Uji Keseluruhan Model	118
Lampiran 9 Uji Hipotesis Output Lisrel.....	118
Lampiran 10 Output LISREL	119
Lampiran 11 Riwayat Hidup.....	120

***The Influence Of Digital Marketing And Service Quality On Purchase Decision
: Customer Satisfaction Analysis As An Intervening Variabel
(Case Study Mie Gacoan Jababeka)***

Masrukhan Anhar ⁽¹⁾
Andrianto Prasetya Nugroho ⁽²⁾

Abstract

The development of culinary businesses in Indonesia is getting faster, this is because food and drink are the basic necessities of human life. One of them is Mie Gacoan with the slogan Mie Pedas no 1 in Indonesia. The purpose of study is to determine the influence of digital marketing and service quality on purchasing decision with customer satisfaction analysis as an intervening variable. The research is descriptive and casual with 200 Mie Gacoan consumer respondents. The method used is the quantitative method. This study applies a data analysis method using LISREL software version 8.8 with the SEM equation model. Based on the results of the study, it is concluded that digital marketing has a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, digital marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions, service quality has a negative and insignificant effect on purchase decisions, customer satisfaction has a positive and significant effect on purchase decision.

Keywords : *Customer Satisfaction, Digital Marketing, Purchase Decision, Service Quality.*

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS MIE GACOAN JABABEKA)**

Masrukhan Anhar ⁽¹⁾

Andrianto Prasetya Nugroho ⁽²⁾

ABSTRAK

Perkembangan usaha kuliner di Indonesia semakin pesat, hal ini dikarenakan makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok hidup manusia. Salah satunya adalah Mie Gacoan dengan slogan Mie Pedas No 1 di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *Digital Marketing* dan *Service Quality* terhadap keputusan pembelian dengan analisis kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini bersifat deskriptif dan kausal dengan responden konsumen Mie Gacoan sebanyak 200 orang. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Penelitian ini mengaplikasikan metode analisis data menggunakan *software* LISREL versi 8.8 dengan model persamaan SEM. Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Service Quality* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

I

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian,
Service Quality