

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN VARIASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG
DIMODERASI OLEH KEMASAN PADA SABUN LIFEBOUY
(Studi Kasus Pada Sabun Lifebouy Di Kabupaten Bekasi)**

SKRIPSI



**OLEH :
DEDE INDRIANI
112010264**

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

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN VARIASI
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG
DIMODERASI OLEH KEMASAN PADA SABUN LIFEBOUY
(Studi Kasus Pada Sabun Lifebouy Di Kabupaten Bekasi)**

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

SKRIPSI



OLEH :
DEDE INDRIANI
112010264

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Dede Indriani

NIM : 112010264

Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing* dan Variasi Produk

Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi
Oleh Kemasan (Studi Kasus Pada Sabun Lifebouy Di
Kabupaten Bekasi)

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

Bekasi, 15 Juni 2024

Pembimbing,



Basar Maringan Hutaeruk., S.T., M.M

NIDN : 0403037203

Lembar Pengesahan Publikasi Pengganti Ujian Sidang Skripsi

SKRIPSI

***PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG
DIMODERASI OLEH KEMASAN PADA SABUN LIFEBOUY
(Studi Kasus Pada Sabun Lifebouy Di Kabupaten Bekasi)***

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Dede Indriani
112010264

Telah dipublikasikan pada jurnal Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics, volume 7, nomor 2 tahun 2024 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Bekasi, 20 Juli 2024

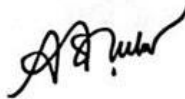
Ka.Prodi Manajemen



Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.S.c
NIDN : 0406068402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis



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

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dede Indriani
NIM : 112010264
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/ Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tugas Akhir/ Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tugas akhir/ Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang- undangan yang berlaku.

Bekasi, 13 Juni 2024



Dede Indriani

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan”

(Qs Al Insyirah :6)

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya”

(Ali bin Abi Thalib)

“Tidak ada sesuatu yang mustahil untuk dikerjakan, hanya saja tidak ada sesuatu yang mudah”

(Napoleon Bonaparte)

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis bias menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dan juga sholawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan cahaya dalam kehidupan di dunia ini, semoga syafa'at beliau selalu menyertai penulis, aamiin. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta kasih kepada :

1. Ayahanda Saprudin, Ibunda tercinta Elin Sukaesih , seseorang yang biasa saya panggil mamah yang berhasil membuat saya bangkit dari kata menyerah, Alhamdulillah penulis bisa menyelesaikan skripsi ini sebagaimana perwujudan terakhir. Meskipun pada akhirnya Ibu tidak bisa melihat hasil perjalanan ini, kakakku tersayang Cecep Andriyana, Adikku Siti Lindiyani dan seluruh keluarga besar.
2. Dosen Pembimbing Bapak Basar Maringan Hatauruk, S.T., M.M dan Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.
3. Rekan-rekan Manajemen-20 yang telah memberikan motivasi kepada penulis hingga terselesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi dengan judul “Pengaruh Digital Marketing Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimoderasi Oleh Kemasan Pada Saun Lifebouy”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan Starata Satu Manajemen (S.M) fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Sehubungan dengan selesainya Skripsi tersebut penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Basar Maringan Hatauruk S.T.,M.M selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih RDS, S.E., M.Sc. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staff yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti,S.E, M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa, yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun material kepada penulis.
4. Bapak Hamzah Muhammad Mardipitera, SKM.,M.M., D.B.A. Sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial yang telah membimbing,mengarahkan menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian skripsi ini.
6. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran,keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semuanya dengan menempatkan keduanya pada Jannah-Mu Bersama orang – orang yang beriman.

7. Teman – teman Angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terimakasih atas keakraban,diskusi, saran dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan saat – saat diskusi bersama di masa perkuliahan.
8. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi Bisnis Dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi iini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 28 Desember 2023

Penulis,



Dede Indriani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.2 Indikator Keputusan Pembelian	12
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	13
2.1.2.1 Pengertian Digital Marketing	13
2.1.2.2 Indikator <i>Digital Marketing</i>	14
2.1.3 Variasi Produk.....	14
2.1.3.1 Pengertian Variasi Produk	14
2.1.3.2 Indikator Variasi Produk	15
2.1.4 Kemasan	15
2.1.4.1 Pengertian Kemasan.....	15
2.1.4.2 Indikator Kemasan	16
2.2 Hipotesis dan Model Penelitian	17
2.2.1 Hipotesis	17
2.2.2 Model Penelitian.....	19

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Jenis dan Desain Penelitian	22
3.1.1 Jenis Penelitian	22
3.1.2 Desain Penelitian	23
3.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan	24
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	27
3.3.1 Definisi Operasional	27
3.3.2 Pengukuran Variabel	29
3.4 Populasi dan Metode Pengumpulan Sampel	30
3.4.1 Populasi	30
3.4.2 Metode Pengumpulan Sampel.....	30
3.5 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data	30
3.5.1 Jenis Data.....	30
3.5.2 Sumber Data	31
3.5.3 Metode Pengumpulan Data	31
3.6 Metode Analisis Data.....	32
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	32
3.6.2 Analisis Statistik Inferensial	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.1.1 Hasil Penelitian Gambaran Umum PT Lifebouy	40
4.1.1.1 Gambaran Umum Produk Lifebouy	40
4.1.1.2 Strategi Pemasaran Sabun Lifebouy	41
4.1.2 Hasil Pengolahan Data.....	42
4.1.2.1 Karakteristik Responden Sebagai Gambaran Umum Sabun Lifebouy	42
4.1.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	43
4.1.2.3 Uji Instrumen.....	55
4.1.2.4 Uji Kelayakan Data	56
4.1.2.5 Uji Analisa Data	68
4.2 Pembahasan Atas Hasil Analisa SEM (Regresi).....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Celah Penelitian	5
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	27
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Penelitian.....	42
Tabel 4. 2 Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	44
Tabel 4. 3 Uji Deskriptif Variabel Digital Marketing	47
Tabel 4. 4 Uji Deskriptif Variabel Variasi Produk	50
Tabel 4. 5 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kemasan	52
Tabel 4. 6 Outer Loading.....	57
Tabel 4. 7 Average Variant Extracted (AVE).....	66
Tabel 4. 8 Construct Reliability dan Validity	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Model Penelitian	20
Gambar 3. 1 Desain Penelitian	23
Gambar 4. 1 Gambar Variasi Produk Sabun Lifebouy	41
Gambar 4. 2 Uj SEM PLS	56
Gambar 4. 3 Uji Hipotesis	69

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Mapping Jurnal	82
Lampiran 2 Data Top Brand Index Sabun Mandi Di Indonesia Tahun 2023	94
Lampiran 3 Tabulasi Data Mentah	95
Lampiran 4 Tanggapan Respdn	106
Lampiran 5 Karakteristik Responden	113
Lampiran 6 Uji Kelayakan Data.....	115
Lampiran 7 Hasil Turnitin	118
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	120

**THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND PRODUCT
VARIATION ON PURCHASING DECISIONS MODERATE BY THE
PACKAGING ON LIFEBOUY SOAP**

(Studi Kasus Pada Sabun Lifebouy Di Kabupaten Bekasi)

Dede Indriani¹⁾
Basar Maringanhutauruk²⁾

ABSTRACT

The development of technology today makes consumers utilize technology to fulfill their daily lives. Some consumers use information technology facilities to fulfill the information they need, one of which is the use of the Internet. Technological advances from the internet have led to changes in consumer lifestyles. A total of 99 respondents were included in the quantitative research model employed for this study. SmartPLS data processing software was used to process the research, and a Google Form was used to collect the data. Purposive sampling is used with non-probability sampling in the sampling procedure. SmartPLS analysis is carried out in three stages, namely Outer Model Analysis (Validity Test, Discriminant Validity, and Reliability Test), Inner Model Analysis (R-Square), and Hypothesis Testing. The hypothesis test results show that the t-statistic value of 0.478 is greater than the T table 0.195 and the P-value value is 0.633 so the first hypothesis states that digital marketing on Lifebuoy soap is rejected. The hypothesis test results show that the t-statistic value of 0.877 is greater than the T table 0.195 and the P-values are 0.381 so the second hypothesis which states that digital marketing on Lifebuoy soap is rejected. The hypothesis test results show that the t-statistic value of 0.393 is greater than the T table 0.195 and the P-values are 0.694 so the third hypothesis which states that digital marketing moderated by packaging on Lifebuoy soap is rejected. The hypothesis test results show that the t-statistic value of 0.083 is greater than the T table 0.195 and the P-value is 0.934 so the third hypothesis which states that product variations moderated by the packaging on Lifebuoy soap are rejected.

Keywords: Digital Marketing, Product Variation, Packaging, Purchasing Decision

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN VARIASI PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMODERASI OLEH
KEMASAN PADA SABUN LIFEBOUY**

(Studi Kasus Pada Sabun Lifebouy Di Kabupaten Bekasi)

Dede Indriani¹⁾

Basar Maringanhutauruk²⁾

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini membuat konsumen memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kehidupannya sehari-hari. Beberapa konsumen menggunakan fasilitas teknologi informasi untuk memenuhi kebutuhannya, salah satunya adalah penggunaan internet. Kemajuan teknologi dari internet telah menyebabkan perubahan gaya hidup konsumen. Sebanyak 99 responden dilibatkan dalam model penelitian kuantitatif yang digunakan. Perangkat lunak pengolahan data SmartPLS digunakan untuk mengolah penelitian, dan Google Form digunakan untuk mengumpulkan data. Digunakan purposive sampling dengan prosedur pengambilan sampel *non-probability sampling*. Analisis SmartPLS dilakukan dalam tiga tahap, yaitu Analisis Outer Model (Uji Validitas, Validitas Diskriminan, dan Uji Reliabilitas), Analisis Inner Model (*R-Square*), dan Uji Hipotesis. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai *t-statistik* sebesar 0,478 lebih besar dari T tabel 0,195 dan nilai *P-value* sebesar 0,633 sehingga hipotesis pertama yang menyatakan sabun Lifebouy digital marketing ditolak. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai *t-statistik* sebesar 0,877 lebih besar dari T tabel 0,195 dan *P-value* sebesar 0,381 sehingga hipotesis kedua yang menyatakan pemasaran digital pada Lifebouy ditolak. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai *t-statistik* sebesar 0,393 lebih besar dari T tabel 0,195 dan *P-values* sebesar 0,694 sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan digital marketing yang dimoderasi oleh kemasan pada Lifebouy soap ditolak. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai *t-statistik* sebesar 0,083 lebih besar dari T tabel 0,195 dan nilai *P-value* sebesar 0,934 sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan variasi produk yang dimoderasi oleh kemasan pada Lifebouy ditolak.

Kata Kunci : Digital Marketing, Variasi Produk, Kemasan, Keputusan Pembelian