

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS
PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA STORE FIX FASHION
SECOND JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Program Studi: Manajemen



**Nama : Cahyane Priambada
NIM : 180400056**

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2023

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS
PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA STORE FIX FASHION
SECOND JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar**

SARJANA MANAJEMEN

Program Studi Manajemen – Strata



Oleh

Nama : Cahyane Priambada

NIM : 180400056

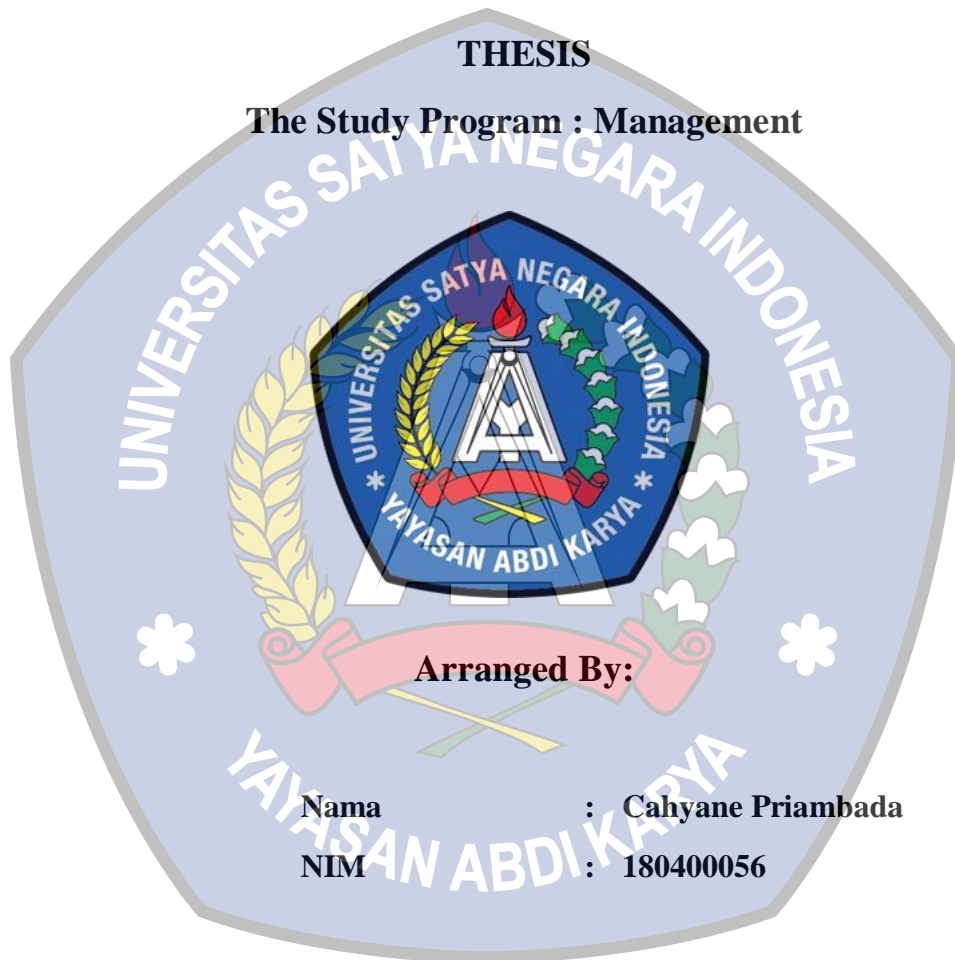
**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2023**

**THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING, QUALITY
OF SERVICE AND PRICE ON CONSUMER PURCHASE
DECISIONS AT STORE FIX FASHION SECOND SOUTH**

JAKARTA

THESIS

The Study Program : Management



Arranged By:

Nama : Cahyane Priambada
NIM : 180400056

ECONOMIC FACULTY & BUSINESS
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY
JAKARTA

2023

LEMBAR PERNYATAAN SENDIRI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Cahyane Priambada

NIM : 180400056

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh isi skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.


Jakarta, 7 Februari 2023





(Cahyane Priambada)

180400056

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Cahyane Priambada
NIM : 180400056
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran Digital, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Store Fix Faishon Second* Jakarta Selatan
Tanggal Ujian : Jakarta, 7 Februari 2023
Dosen Pembimbing II : Dosen Pembimbing I

(Dr. Noviarti, SE., MM) (Lucy Nancy Simatupang, SE., MM)
Dekan Ketua Jurusan


(GL. Hery Prasetya, SE., MM.,
CPHCEP., CPMP., CODP., CBOA., CLMA)


(Yuslinda Nasution, SE., MM)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
SANGGAR BATIK KEMBANG MAYANG**

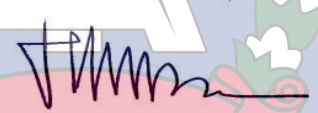
Oleh:

NAMA : Cahyane Priambada

NIM : 108400056

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal Februari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi untuk diterima.

Ketua Penguji/Pembimbing I


(Lucy Nancy Simatupang, SE.,MM)

Anggota Penguji I

Anggota Penguji II


(Hendri Jopanda, SE., M.Si)


(Dr. Arifin Siagian, SE.,MM)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pemasaran Digital, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Store Fix Faishon Second Jakarta Selatan”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat selesai. Selain itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia Bapak Prof. Ir. Johaner Sitompul, M. Sc. Ph.D
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia, Bapak GL. Hery Prasetya SE.,MM.,CPHCEP.,CPMP.,CODP.,CBOA.,CLMA
3. Ketua Jurusan Manajemen Ibu Yoslinda Nasution, SE.,MM yang senantiasa memberi motivasi kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi.
4. Ibu Lucy Nancy Simatupang, SE.,MM selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk

memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi.

5. Bapak Dr. Noviarti, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan arahan, motivasi dan memberikan saran kepada penulis dalam menyusun skripsi.
6. Dosen PA, Bapak Agus Wahyono, SE.,MM yang telah memberikan pengarahan dalam bimbingan dalam penyusunan mata kuliah setiap semester kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan mata kuliah dan melaksanakan skripsi. Terimakasih atas kebaikan yang ibu berikan selama ini.
7. Bapak, Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
8. Terima Kasih Kepada Ibu Hana selaku Owner *Fix Fashion Second* atas izin yang diberikan untuk peneliti.
9. Yang tercinta keluarga Penulis Tukiran dan Nur Fatimah selaku Orang tua penulis, Harjani Cahya Fahrur S.,AK. selaku kakak penulis terimakasih atas segala dukungan dan doa yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
10. Terima kasih teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2018 khususnya Neni Herawati S.M, Mujaki Nur Islam S.M, Fajar Firmansyah S.M, Piki Nugraha, Ahmad Ryan S.M, Nadia Nurul Izha

S.M, Heni Juniar S.M, Mayayuantica S.Ak, Husen A Jafar, Bagas Annasyah S.M, Eggy Herdiansyah S.M, Piki Nuggraha, Herwin Destyra, Ivan Fadillah S.M, Alfyan Eky S.M, dan Habib Al Baihaqi Selaku mentor yang sudah bersedia mengajarkan dan membimbing dalam proses menyelesaikan skripsi.

11. Terima kasih kepada para responden yang telah membantu peneliti dalam mengisi kuisisioner penelitian ini .

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini untuk itu penulis dengan senang hati menerima berbagai masukan, saran, kritik, yang membangun demi kesempurnaan penulis dimasa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan khasanah ilmu bagi kita semua.

Jakarta, 7 Februari 2023



Cahyane Priambada

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pemasaran digital, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Kedai *Store Fix Faishon Second*. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian di *Store Fix Faishon Second* dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda, uji F (simultan), uji t (parsial) dan uji Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) dengan bantuan software SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan (uji F) Pemasaran Digital, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial (uji t) menunjukkan Pemasaran Digital dan Kualitas Pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sedangkan Harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai Koefisiensi determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 17,7% artinya Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh Pemasaran Digital, Kualitas Pelayanan dan Harga. sedangkan 83,3% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Pemasaran Digital, Kualitas Pelayanan, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine whether digital marketing, service quality and price influence purchasing decisions at Store Fix Faishon Second. The population in this study were all consumers who made purchases at Store Fix Faishon Second and the sample in this study was 100 respondents. This research design uses quantitative methods. Sampling using non-probability sampling technique. The data collection technique in this study is multiple linear analysis, F test (simultaneous), t test (partial) and Coefficient of determination test (Adjusted R Square) with the help of SPSS 26 software. The results of this study show simultaneously (F test) Digital Marketing, Quality of Service and Price have a significant and significant effect on Purchasing Decisions. Partially (t test) shows that Digital Marketing and Service Quality have a significant and significant effect on purchasing decisions (Y) while price has no effect and is not significant on purchasing decisions. With a coefficient of determination (Adjusted R Square) value of 17.7%, it means that purchasing decisions can be explained by digital marketing, service quality and price, while 83.3% of purchasing decisions are influenced by variables not explained in this study.

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