

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK MS GLOW DI SHOPEE

(Studi pada pengguna MS GLOW oleh mahasiswa Fakultas Ekonomika dan
Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang)

SKRIPSI

Memenuhi Persyaratan

Untuk mencapai Derajat Sarjana S-1

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

FITRI KHOIRUL NISAH

201003612012264

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG

2024

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK
MS GLOW DI SHOPEE

(Studi pada pengguna MS GLOW oleh mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang)

Dipersiapkan dan di susun oleh :

FITRI KHOIRUL NISAH

NPM.201003612012264

Telah di setujui pembimbing

Pada tanggal 18 Februari 2024

Drs . Heru Eko.P,MM

Dosen Penguji 1

Drs. Ribut Musprihadi ,MM

Dosen pembimbing

Drs . Camelius Isidorus Ikt, Msi

Dosen Penguji 2

Semarang , 18 Februari 2024

Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
Dekan

Dra. Nurchayati ,S.E.,M.M.,.Akt.CA
NRP. 111357

HALAMAN PERUNTUKAN

“ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya .

Dia mendapatkan (pahala) dari (kebajikan) yang di kerjakannya dan mendapatkan (siksa) dan (kejahatan) yang di perbuat nya. “ (QS.Albaqarah : 286)”

“ Selalu ada harga dalam sebuah proses . Nikmati saja Lelah – Lelah itu .Lebarkan lagi rasa sabar itu , semua itu yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan , mungkin tidak akan selalu berjalan lancar . Tetapi gelombang – gelombang itu yang bisa kamu ceriakan (Boy candra)

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan , Bismillahirrohmanirrohim skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah swt yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik .
2. Kedua orang tua saya tercinta Bapak Sahwardi dan mamak Suparmi(Alm) dan ibu sambung saya mama Caswati yang selalu melangitkan doa – doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.selalu memberi kasih sayang ,cinta dan dukungan . Terimakasih banyak sudah mengantarkan anak mu ini sampai di tempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk Bapak ,mamak dan mama .
3. Kepada 3 adik adik mbak , Presti wulan dari ,Nurrin alfyn najmi dan Danu arya Nugraha. Terimakash atas doa untuk mbak mu ini , terimakasih adek adek mbak selalu nemenin mbak jika mbak membutuhkan kalian .
4. Kepada pakde muchamdi dan makde malikhatun terimakasih sudah mendidik dan mendoakan dan sekaligus menjaga saya di semarang ini dan terimakasih banyak banyak atas dukungan nya selama ini , sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
5. Kepada mbak – mbak dan mas – mas adik ponaan mbak terimakasih banyak atas doa dan dukungan nya selama ini sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini
6. Kepada sahabat saya yang selalu saya repotkan dari dulu sampai sekarang Liana sari Dan Siti nur aini selalu mendukung dan menemani ku selama skripsian ini .
7. Kepada sahabat saya Herlin dwiyana asti , Naufa dwi ayu anggraeni telah menemani suka dan duka , mau di repotkan dalam hal apa pun ,membantu saya dan motivasi bagi penulis
8. Kepada dosen pembimbing saya , Bapak Ribut Musprihadi SE,MM yang telah membimbing saya serta memberikan masukan dan saran selama ini , dan selalu sabar dalam membimbing saya , sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini .
9. Terakhir , Fitri khoirul Nisah ,ya untuk diri sendiri terimakasih kerana telah berusaha keras dan berjuang sejauh ini .Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik

dan semaksimal mungkin , ini merupakan pencapaian yang patut di banggakan untuk diri sendiri ini , kamu hebat bisa sampai di titik ini ,kamu bisa bertahan sampai di titik ini terimakasih banyak untuk diriku .

Judul : Pengaruh Digital Marketing dan Citra Merek Terhadap Minat Beli

Produk .

MS GLOW di Shopee (Studi pada pengguna MS GLOW oleh mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang)

Title : The Influence of Digital Marketing and Brand Image on Interest in Purchasing MS GLOW Products at Shopee (Study of MS GLOW users by Students from the faculty of Economics and Business University of 17 August 1945 Semarang .

Nama : Fitri Khoirul Nisah

Npm : 201003612012264

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Digital Marketing dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk MS GLOW di Shopee .Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis . Jumlah sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah 65 mahasiswa yang menggunakan produk MS GLOW di shopee. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah Digital Marketing dan Citra Merek sebagai variabel independent dan Minat Beli sebagai variabel dependen .Teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda dengan asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Digital Marketing berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Minat Beli , Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli dengan signifikan lebih kecil dari pada 0,05 arti nya semakin banyak citra merek maka semakin meningkatkan Minat beli MS GLOW di shopee.

Kata kunci : Digital Marketing , Citra Merek terhadap Minat Beli

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala Rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Pengaruh Digital Marketing dan Citra Merek terhadap Minat Beli produk MS GLOW di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis 17 Agustus 1945 Semarang”

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat sarjana S-1 Program studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.

Mulai merencanakan sampai dengan menyelesaikan skripsi ini, penulis telah mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada yang terhormat :

1. Prof Dr . Drs.Suparno.M.SI.Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Semarang .
2. Ibu Dra.Nurchayati , SE,MM,Akt.CA selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang .
3. Bapak Drs. Ribut Musprihadi , MM ,selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan petunjuk serta bimbingan , sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.
4. Bapak dan ibu dosen yang telah mengasuh serta memberikan bekal ilmu,selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
5. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendukung dan memberi semangat penulis dalam keadaan apapun.
6. Seluruh teman – teman dan sahabat yang selalu membantu dengan cara mereka sendiri.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan karunia - nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan .semoga skripsi ini bermanfaat,secara teoritis dan praktis.

Semarang , 25 Februari 2024

Penulis

Fitri khoirul nisah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PENGESAHAN	I
HALAMAN PERUNTUKAN DAN MOTTO	II
ABSTRAK	IV
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR TABEL	IX
DAFTAR GAMBAR	X
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
1.1.Latar Belakang Penelitian	I-1
1.2.Rumusan Masalah	I-8
1.3.Pertanyaan Penelitian.....	I-8
1.4.Tujuan Penelitian	I-8
1.5.Manfaat Penelitian	I-8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	II-10
2.1.Telaah Teori	II-10
2.1.1 Digital Marketing.....	II-10
2.1.1.1.Definisi Digital Marketing	II-10
2.1.1.2.Faktor – Faktor Digital Marketing	II-12
2.1.1.3. Indikator Digital Marketing	II-13
2.1.2.Citra Merek	II-15
2.1.2.1. Definisi Citra Merek	II-15
2.1.2.2. Faktor – Faktor Citra Merek	II-18

2.1.2.3. Indikator Citra Merek	II-19
2.1.3. Minat Beli	II-20
2.1.3.1. Definisi Minat Beli	II-20
2.1.3.2. Faktor – Faktor Minat Beli	II-22
2.1.3.3. Indikator Minat Beli	II-22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	II-23
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis dan Rumusan Hipotesis	II-28
2.3.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	II-28
2.3.1.1. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli	II-28
2.3.1.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	II-28
BAB III METODE PENELITIAN.....	III-30
3.1. Populasi dan Sampel	III-30
3.2. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	III-31
3.3. Metode Pengumpulan Data	III-33
3.4. Skala Pengukuran	III-33
3.5. Pengujian Instrument Peneliti	III-34
3.5.1. Uji Validitas	III-34
3.5.2. Uji Reliabilitas	III-36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	IV-37
4.1. Deskripsi Hasil Penelitian	IV-37
4.1.1. Deskripsi Responden	IV-37
4.1.2. Deskripsi Variabel	IV-38

4.2. Analisis Hasil Penelitian	IV-44
4.2.1. Analisis Regresi Berganda	IV-44
4.2.2. Uji Normalitas.....	IV-45
4.2.3. Uji Asumsi Klasik	IV-46
4.2.4. Uji Goodness of fit	IV-48
4.2.5. Uji Hipotesis	IV-49
4.3. Pembahasan	IV-52
BAB V SUMPULAN DAN SARAN	V-54
5.1. Simpulan.....	V-54
5.2. Saran.....	V-54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1. Pengunjung Stus <i>e – commerce</i> Terbesar di Indonesia.....	I-3
TABEL 1.2 Prasarvei Minat Beli Pada Produk MS GLOW Di Shopee	I-4
TABEL 1.3. Research Gab	I-7
TABEL 2.1. Penelitian Terdahulu	II-23
TABEL 3.1. Pengambilan Responden	III-31
TABEL 3.2 .Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	III-32
TABEL 3.3. Hasi Uji Validitas	III-34
TABEL 3.4. Hasil Uji Reabilitas.....	III-36
TABEL 4.1. Jenis kelamin Responden	IV-37
TABEL 4.2. Angkatan Semester Responden	IV-38
TABEL 4.3. Pernyataan Responden Terhadap Digital Marketing	IV-39
TABEL 4.4. Pernyataan Responden Terhadap Citra Merek	IV-40
TABEL 4.5. Pernyataan Responden Terhadap Minat Beli	IV-42
TABEL 4.6. Hasil Regresi Linier Berganda	IV-44
TABEL 4.7. Hasil Uji Normalitas	IV-45
Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinearitas	IV-47
Tabel 4.9. Hasil Heteroskedastisitas.....	IV.48
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi	IV-49
Tabel 4.11. Hasil Uji F	IV-50
Tabel 4.12. Hasil Uji t	IV-51
Tabel 4.11. Uji Hipotesis.....	IV-51

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Prediksi Angka Pengguna <i>e-commerce</i> di Indonesia 2024.....	I-2
GAMBAE 1.2 Lima <i>e-commerce</i> Pengunjung Terbanyak di Indonesia	I-3
GAMBAR 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	II-29

