

**ANALISIS PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE GALAK BONDOWOSO**

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi  
Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
2022**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adib Suhel Anwari  
NIM : 1810411179  
Program Studi : Ekonomi Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: “Analisis Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Galak Bondowoso”, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 31 April 2022  
Yang menyatakan,



Adib Suhel Anwari  
NIM. 1810411179



**ANALISIS PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE GALAK BONDOWOSO**



Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Budi Santoso, SE, MM, M.Akun

Dosen Pembimbing Pendamping : Ira Puspitadewi S., SE., MM



## PENGESAHAN


Skripsi berjudul: “Analisis Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Galak Bondowoso”, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Adib Suhel Anwari  
NIM : 1810411179  
Hari : Kamis  
Tanggal : 31, April 2022  
Tempat : Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

  
**Bayu Wijavantini, SE, MM**  
NPK : 1979021711009661

Anggota 1,

  
**Budi Santoso, SE, MM, M.Akun**  
NPK : 10.03.711

Anggota 2,

  
**Ira Puspitadewi S., SE., MM.**  
NPK : 1509652

Mengesahkan :

Dekan,



**Maheni Ika Sari, SE, MM**  
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,



**A. Hasan Hafidzi, SE, MM**  
NPK : 19860514.1.1703796

## PERSEMBAHAN

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk ibu

Terimakasih atas kasih sayang yang berlimpah dari mulai saya lahir, hingga saya sudah sebesar ini, serta limpahan doa yang tak berkesudahan. Lalu teruntuk ayah, terimakasih juga atas perjuangan mu yang tak kenal lelah dan segala hal yang telah ayah lakukan, semua yang terbaik.

Terimakasih juga yang tak terhingga untuk para dosen pembimbing, Bapak/Ibu yang dengan sabar membimbing saya, mendukung saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Ucapan terima kasih ini saya persembahkan juga untuk seluruh teman-teman saya di Fakultas Ekonomi Manajemen angkatan 2018, terimakasih atas tawa yang setiap hari tercipta dan solidaritas yang luar biasa. Sehingga masa kuliah selama 4 tahun ini cukup lebih berarti.



## MOTTO

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi”

**(Q.S Al-Qashas: 77)**

"Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri." **(Q.S Ar-Ra'd: 11)**

"Bangunlah pagi hari untuk mencari rezeki dan kebutuhan-kebutuhanmu. Sesungguhnya pada pagi hari terdapat barakah dan keberuntungan."

**- HR At-Thabrani dan Al-Bazzar**



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupanjatkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh *Digital Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Galak Bondowoso”,

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Bapak Budi Santoso, SE, MM, M.Akun selaku dosen pembimbing I dan
3. Ibu Ira Puspitadewi S., SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu saya yang selalu mensupport dalam segala hal
6. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 31 April 2022

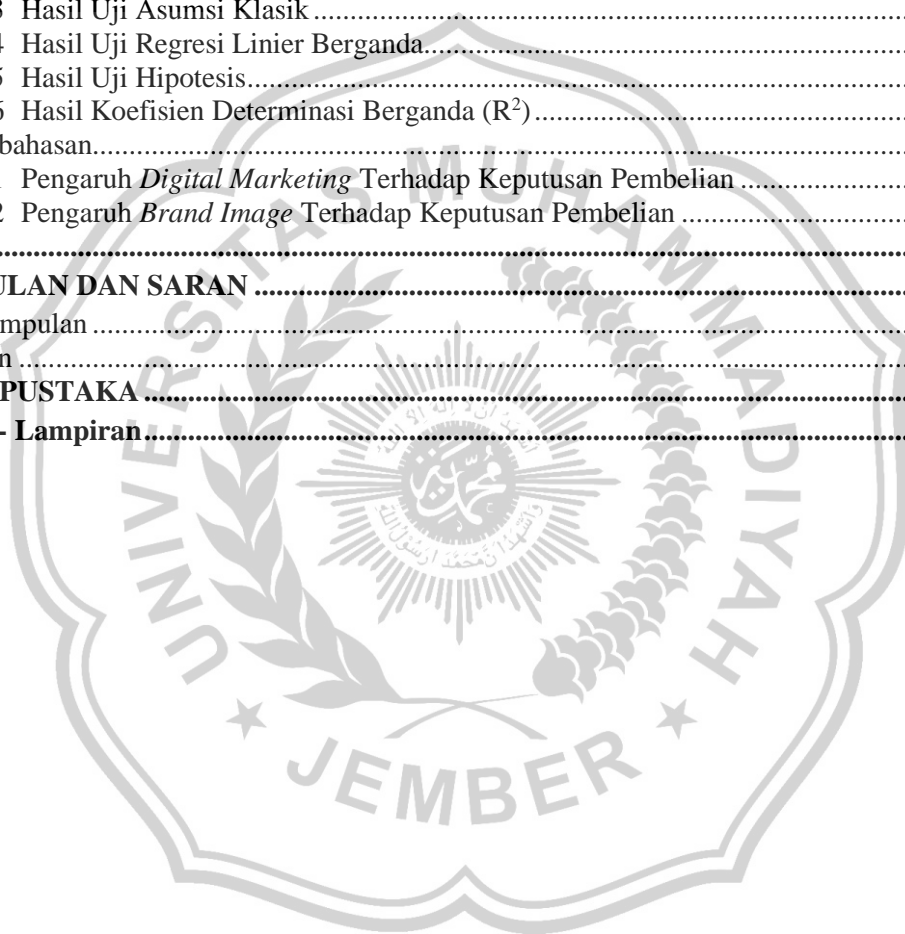
Penulis

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB 1</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB 2</b> .....	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	6
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	6
2.1.4 <i>Digital Marketing</i> .....	7
2.1.5 <i>Brand Image</i> .....	8
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	9
2.3 Kerangka Konseptual.....	11
2.4 Hipotesis.....	12
2.4.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	12
2.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	12
<b>BAB 3</b> .....	<b>16</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>16</b>
3.1 Identifikasi Variabel.....	16
3.1.1 Variabel Independen.....	16
3.1.2 Variabel Dependen.....	16
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	16
3.3 Desain Penelitian.....	17
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	17
3.4.1 Populasi.....	17
3.4.2 Sampel.....	17
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	17
3.5 Jenis Data.....	18
3.5.1 Data Sekunder.....	18
3.5.2 Data Primer.....	18
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	18
3.7 Teknik Analisis Data.....	19
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	19
3.7.2 Uji Instrumen Data.....	19
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	20



3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	20
3.7.5 Uji Hipotesis.....	21
3.7.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	21
<b>BAB 4.....</b>	<b>24</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	24
4.1.1 Gambaran Umum Mie Galak Bondowoso.....	24
4.1.2 Aspek Pemasaran.....	24
4.1.3 Aspek Sumber Daya Manusia .....	25
4.2 Hasil Analisis Data .....	26
4.2.1 Hasil Statistik Deskriptif.....	26
4.2.2 Hasil Uji Instrumen Data.....	32
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	33
4.2.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	35
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis.....	36
4.2.6 Hasil Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ).....	37
4.3 Pembahasan.....	37
4.3.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	37
4.3.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	38
<b>BAB 5.....</b>	<b>42</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>42</b>
5.1 Kesimpulan .....	42
5.2 Saran .....	42
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>43</b>
<b>Lampiran- Lampiran.....</b>	<b>48</b>



## DAFTAR TABEL

### Tabel

1.1	Jumlah Penjualan Produk Mie Galak Bondowoso Tahun 2021 .....	3
1.2	Jumlah Hasil Pra-Survey Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen Mie Galak Bondowoso .....	4
2.1	Penelitian Terdahulu .....	11
4.1	Produk Mie Galak Bondowoso .....	25
4.2	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	26
4.3	Karakteristik Berdasarkan Umur Konsumen .....	26
4.4	Karakteristik Berdasarkan Pembelian Minimal 2 kali .....	27
4.5	Digital Marketing (X1).....	28
4.6	Digital Marketing (X1).....	28
4.7	Digital Marketing (X1).....	29
4.8	Brand Image (X2).....	30
4.9	Brand Image (X2).....	30
4.10	Brand Image (X2).....	31
4.11	Keputusan Pembelian (Y) .....	31
4.12	Keputusan Pembelian (Y) .....	32
4.13	Keputusan Pembelian (Y) .....	32
4.14	Keputusan Pembelian (Y) .....	33
4.15	Hasil Uji Validitas .....	34
4.16	Hasil Uji Reliabilitas .....	35
4.17	Hasil Uji Multikolonieritas .....	36
4.18	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	38
4.19	Hasil Uji t .....	38
4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	39

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

1.1 Data Perkembangan Digital di Indonesia.....	1
2.1 Kerangka Konseptual .....	11
2.2 Proses Keputusan Pembelian .....	14
4.1 Logo Mie Galak Bondowoso .....	24
4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	26
4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Umur .....	27
4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Pembelian Minimal 2 kali.....	27
4.5 Hasil Uji Normalitas.....	36
4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	37



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Statistik Dekskriptif
3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
4. Hasil Uji Asumsi Klasik
5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
6. Dokumentasi
7. Surat Keterangan Penelitian

