

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *DIGITAL*
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB
KRISTANABLE.ID DI KABUPATEN BANYUWANGI**

SKRIPSI

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



**Risma Amalia
20.1041.1010**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Risma Amalia

Nim : 2010411010

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB KRISTANABLE.ID DI KABUPATEN BANYUWANGI, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipaan 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, 06 Juni 2024
Yang menyatakan,



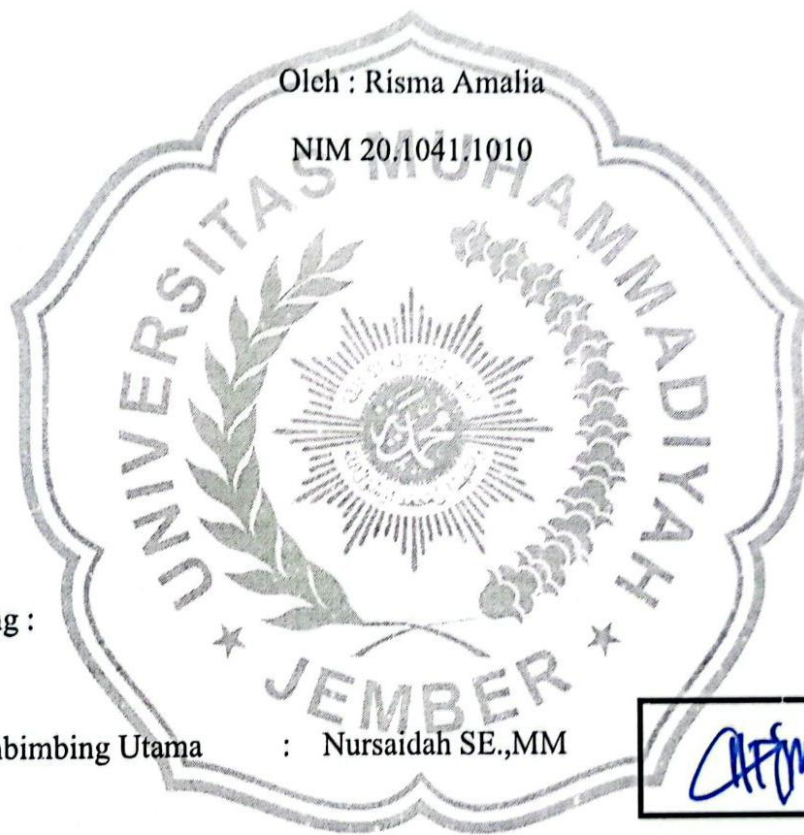
Risma Amalia
NIM. 20.1041.1010

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *DIGITAL*
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HIJAB KRISTANABLE.ID
DI KABUPATEN BANYUWANGI**

Oleh : Risma Amalia

NIM 20.1041.1010



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Nursaidah SE.,MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Jekti Rahayu SE.,M.Si

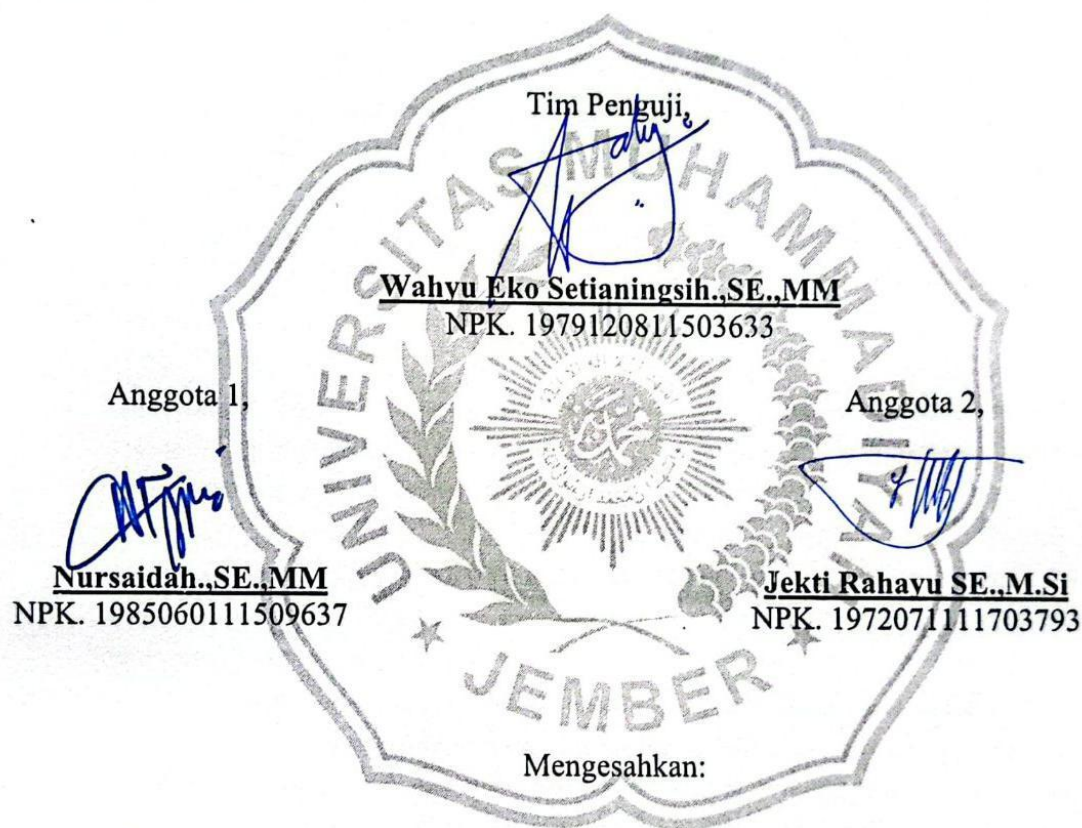
PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan *DigitalMarketing* Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kristanable.Id Di Kabupaten Banyuwangi, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 06 Juni 2024

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember



Dekan Fakultas Ekonomi

Maheni Ika Sari.,SE.,MM
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi

Dr. Trias Setyowati.,SH.,SE.,MM
NPK. 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan kali ini saya ucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Saya ucapkan terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing dan Penguji yang telah membantu mendampingi saya dalam penyusunan skripsi.
3. Cinta pertama dan panutanku, Ayahku tercinta Senariyanto. Terimakasih atas setiap keringat yang telah tcurahkan dalam setiap langkah ketika mengemban tanggung jawab sebagai seorang kepala keluarga untuk mencari nafkah, yang tiada hentinya memberikan perhatian, kasih sayang, serta dukungan dari finansial sehingga saya mampu menyelesaikan studi saya sampai sarjana.
4. Pintu surgaku, ibuku tercinta Siti Narwiyah. Terimakasih atas setiap semangat, ridho, perhatian, kasih sayang dan doa yang selalu terselip disetiap sholatnya demi keberhasilan saya dalam mengenyam pendidikan sampai menjadi sarjana. Terimakasih ibu, berkatmu aku mampu.
5. Kepada cinta kasih kakak saya, Yayang Qoirunisak A.Md.Keb, S.K.M. Terimakasih telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi serta terimakasih telah setia meluangkan waktunya untuk menjadi tempat pendengar terbaik saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seseorang yang selalu menemani saat suka maupun duka, dan siap menjadi pendengar yang baik ketika saya sedang merasa putus asa, meylina natasia chandra yaitu sahabat dekatku, terimakasih telah menjadi rekan yang selalu baik. Semoga pertemanan ini bisa berlanjut sampai masa tua.
7. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Adam Hafizh Abdillah yang setiap saat selalu memberikan semangat, dukungan dan inspirasi tanpa henti. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga menemani dan meluangkan waktunya untuk menjadi tempat pendengar terbaik saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih untuk teman-teman seperjuangan saya dan sahabat terdekat saya yang sudah membantu, dan memberikan arahan serta memotivasi sehingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Dan yang terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan diri sendiri.

MOTTO

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulit nya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories* . Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!”

Jika kamu berbuat baik kepada orang lain (berarti) kamu berbuat baik pada dirimu sendiri

-QS.Al-Isra: 7



KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Kristanable.Id Di Kabupaten Banyuwangi”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

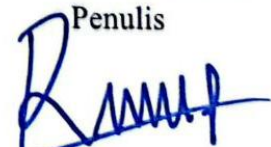
Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini banyak mendapat dukungan, bimbingan bantuan dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan ketulusan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember,
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
4. Ibu Krisma Desnitaliandti Putri Pratiwi yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian,
5. Ibu Nursaidah SE.,MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan sabar dalam penulisan skripsi ini,
6. Ibu Jekti Rahayu SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan tekun dan sabar dalam penulisan skripsi ini,
7. Ibu Wahyu Eko Setianingsih,.SE.,MM. selaku dosen penguji skripsi yang telah bersedia memberikan kritik dan saran, bimbingan serta arahan yang bermanfaat demi menyempurnakan skripsi ini,
8. Kedua orang tua dan juga keluarga besar saya yang selalu mensupport dalam segala hal
9. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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 diberika kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 06 Juni 2024

Penulis



RISMA AMALIA
NIM. 2010411010

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Teori	8
2.1.1 Manajemen Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
2.1.3 <i>Digital Marketing</i>	13
2.1.4 Perilaku Konsumen	14
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Konseptual	23
2.4 Hipotesis	24
2.4.1 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	24
2.4.2 Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	25
2.4.3 Pengaruh <i>digital marketing</i> terhadap keputusan pembelian	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Identifikasi Variabel	27

3.2	Definisi Operasional Variabel	27
3.3	Desain Penelitian	29
3.4	Jenis Data.....	30
3.4.1	Data Primer	30
3.4.2	Data Sekunder	30
3.5	Populasi dan Sampel.....	30
3.5.1	Populasi	30
3.5.2	Sampel	31
3.5.3	Teknik Pengambilan Sampel	31
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.7	Teknik Analisis Data	32
3.7.1	Uji Instrumen Penelitian.....	32
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.1	Uji Normalitas	33
3.8.2	Uji Multikolonieritas	33
3.8.3	Uji Heteroskedasititas	34
3.9	Uji Hipotesis	34
3.9.1	Analisis Linier Berganda	34
3.9.2	Uji t.....	35
3.9.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	36
4.1.1	Gambaran Umum Kristanable.id di Banyuwangi	36
4.1.2	Visi dan Misi Kristanable.id	37
4.1.3	Struktur dan <i>Job Desk</i> di Kristanable.id.....	37
4.1.4	Produk-produk Kristanable.id di Banyuwangi.....	38
4.2	Deskripsi Statistik Responden	40
4.2.1	Identitas Responden	40
4.2.2	Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian	42
4.3	Uji Instrumen Penelitian	45
4.3.1	Uji Validitas	45
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	46
4.4	Analisis Data.....	47
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.4	Uji Hipotesis.....	49

4.5 Pembahasan	52
4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pada Kristanable.id di Banyuwangi	52
4.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Pada Kristanable.id di Banyuwangi.....	53
4.5.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian hijab pada Kristanable.id di Banyuwangi	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	60



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data penjualan Kristanable.id pada tahun 2023	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1 Data responden menurut jenis kelamin	40
Tabel 4.2 Data responden menurut Usia	40
Tabel 4.3 Data responden menurut Alamat	40
Tabel 4.4 Data responden menurut Pekerjaan	41
Tabel 4.5 Data responden menurut lama membeli produk Kristanable.id	41
Tabel 4.6 Data responden menurut berapa kali membeli produk Kristanable.id dalam kurun waktu 1 Tahun terakhir	42
Tabel 4.7 Frekuensi jawaban variabel kualitas produk	42
Tabel 4.8 Frekuensi jawaban variabel harga	43
Tabel 4.9 Frekuensi jawaban variabel digital marketing	44
Tabel 4.10 Frekuensi jawaban variabel keputusan pembelian	45
Tabel 4.11 Tabel data hasil uji validitas	46
Tabel 4.12 Tabel Data Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.13 Tabel Data Hasil Uji Multikolonieritas	48
Tabel 4.14 Tabel Data Hasil Analisis Linier Berganda	49
Tabel 4.15 Data Hasil Uji t	51
Tabel 4.16 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Media Sosial dan <i>Marketplace</i> Shopee Kristanable.Id.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Struktur Kepegawaian Kristanable.id	37
Gambar 4.2 Produk-produk Kristanable.id	39
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas	47
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Responden (<i>Online</i>).....	59
Lampiran 2 Bukti Penyebaran Kuesioner.....	65
Lampiran 3 Bukti Melakukan Transaksi Pembelian Hijab Kristanable.id di Kabupaten Banyuwangi.....	66
Lampiran 4 Data Tabulasi Kuesioner.....	67
Lampiran 5 Tabel r untuk $df = (N-2)$	77
Lampiran 6 Tabel t.....	82
Lampiran 7 Tabel Frekuensi.....	87
Lampiran 8 Uji Validitas.....	104
Lampiran 9 Uji Reliabilitas.....	107
Lampiran 10 Uji Asumsi Klasik.....	108
Lampiran 11 Uji Hipotesis.....	109
Lampiran 12 Surat Izin Penelitian.....	111
Lampiran 13 Surat Balasan Penelitian.....	112

