

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *CELEBRITY ENDORSEMENT*, DAN ATRIBUT
PRODUK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO DYNAY JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

LAUDY AMYLIANI PURBANINGRUM

2010411242

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

2024

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Laudy Amyliani Purbaningrum
Nim : 2010411242
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: Pengaruh *Digital Marketing, Celebrity Endorsement*, dan Atribut Produk Dalam Keputusan Pembelian Pada Dynay Jember, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi 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 di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 07 Agustus 2024

Yang menvatakan,



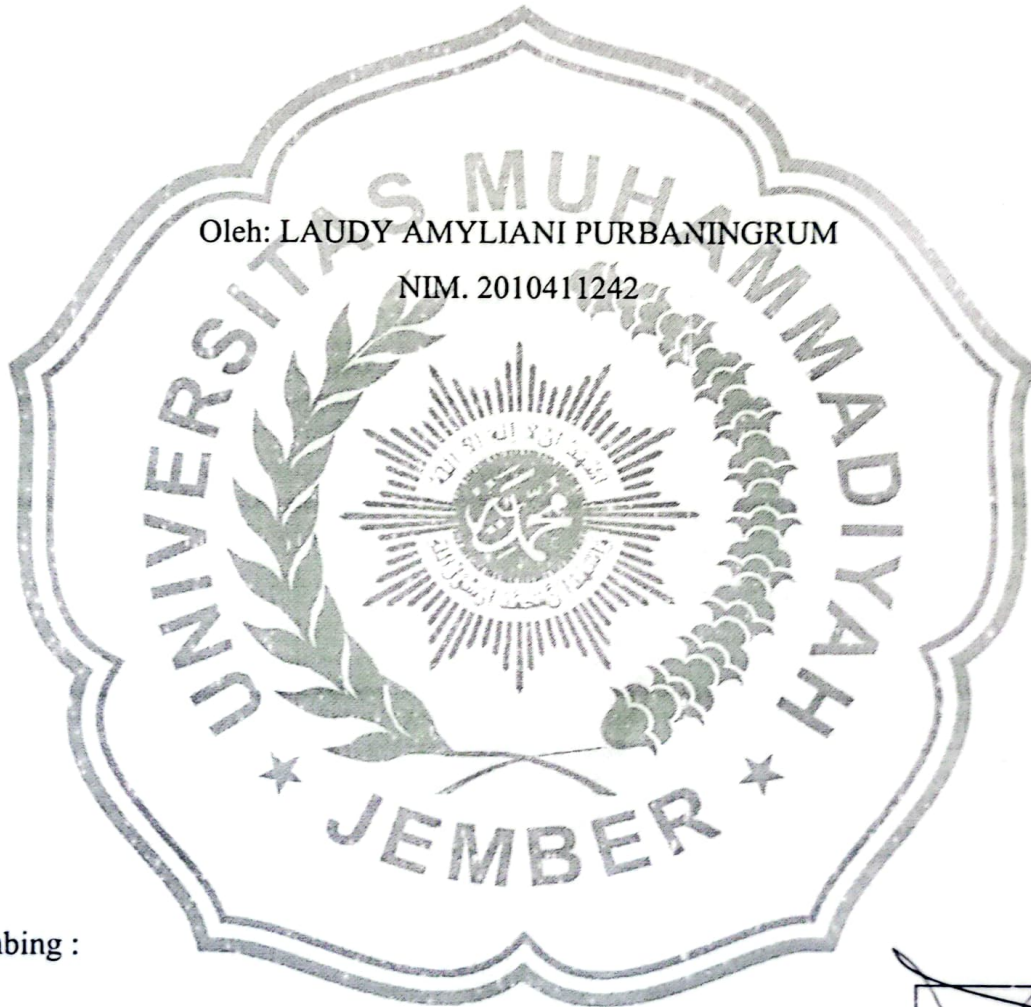
Laudy Amyliani Purbaningrum
NIM 2010411242

SKRIPSI

PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *CELEBRITY ENDORSEMENT*, DAN ATRIBUT
PRODUK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO DYNAY JEMBER

Oleh: LAUDY AMYLIANI PURBANINGRUM

NIM. 2010411242



Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama

: Drs. Akhmad Suharto M.P.

Dosen Pembimbing Pendamping

: Seno Sumowo SE.MM.

PENGESAHAN

Skripsi berjudul ; Pengaruh *Digital Marketing, Celebrity Endorsement, Dan Atribut Produk* Dalam Keputusan Pembelian Pada Toko Dynay Jember, telah di uji dan disahkan Oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 31 Oktober 2024

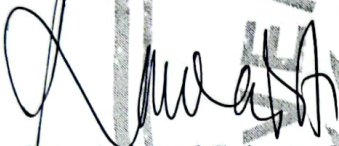
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Jekti Rahayu, SE., M.Si.
NPK:1972071111703793

Anggota 1,



Drs. Akhmad Suharto, MP.
NPK. 1962120118906242

Anggota 2,



Seno Sumowo, SE., MM.
NPK. 1966101710109280

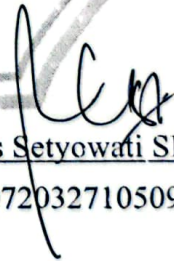
Mengesahkan:

Dekan,



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

Ketua Program Studi,



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

PERSEMBAHAN

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat, kesehatan dan keberkahannya. Pada akhirnya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sesuai waktu yang dijadwalkan. Saya ingin menggunakan kesempatan ini untuk mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan kemudahan yang telah Engkau berikan kepada penulis. Skripsi ini akhirnya terlaksana sesuai rencana. Semoga keberhasilan ini menjadi titik awal pencapaian cita-cita penulis di masa depan.
2. Kepada ayahanda Totok Purwanto dan ibunda Yeni terimakasih selalu mendoakan, memberikan motivasi, dan juga memfasilitasi kebutuhan penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini hingga akhir. Tanpa doa dan dukungan dari ayah dan mama anakmu ini mungkin tidak akan seteguh dan sekuat ini dalam menyelesaikan penelitian.
3. Kepada kakak Perempuan Pamela Indi Febrianri, dan kakak Ipar Yovie Aji Wdiyanto. terimakasih sudah mengingatkan dan memberikan semangat kepada adikmu ini dan juga selalu memberikan bantuan baik material ataupun non-material. Serta Adik Perempuan saya Yetha Agies Tiaragil terimakasih sudah memberikan hiburan kepada kakakmu ini dikala sedang pusing.
4. Saya mengucapkan terima kasih kepada seseorang yang kehadirannya begitu penting, Vandi Prastayuda, karena telah ikut serta dalam perjalanan hidup penulis dan memberinya begitu banyak tenaga dan waktu. Dia mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan menyemangati saya untuk tidak pernah menyerah.
5. Teman Baikku kepada Fani, Dhea, Sisil, Riski, Mega, Indah, Desta, dan Euis. yang selalu memberikan semangat dan saling mengingatkan. Terimakasih pengalaman baiknya selama dibangku perkuliahan, selamat sudah bertahan ditengah gempuran angka dan kata dalam mengerjakan skripsi.
5. Almamater tercinta kampus biru Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan pengalaman ceria selama masa perkuliahan.
7. Akhir kata saya ucapkan terima kasih kepada saya sendiri Laudy Amyliani Purbaningrum. Saya bertahan hingga saat ini, mengendalikan kesabaran dan ego saya, tetap semangat dan tidak putus asa, saya berhasil menyelesaikan tugas akhir walaupun banyak hal yang menghalangi saya untuk mencapainya. Anda berhak menambahkan gelar (S.M.) di belakang nama Anda atas kesulitan yang telah Anda lalui. Terima kasih sebesar-besarnya atas perjuangan dan tanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai.

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

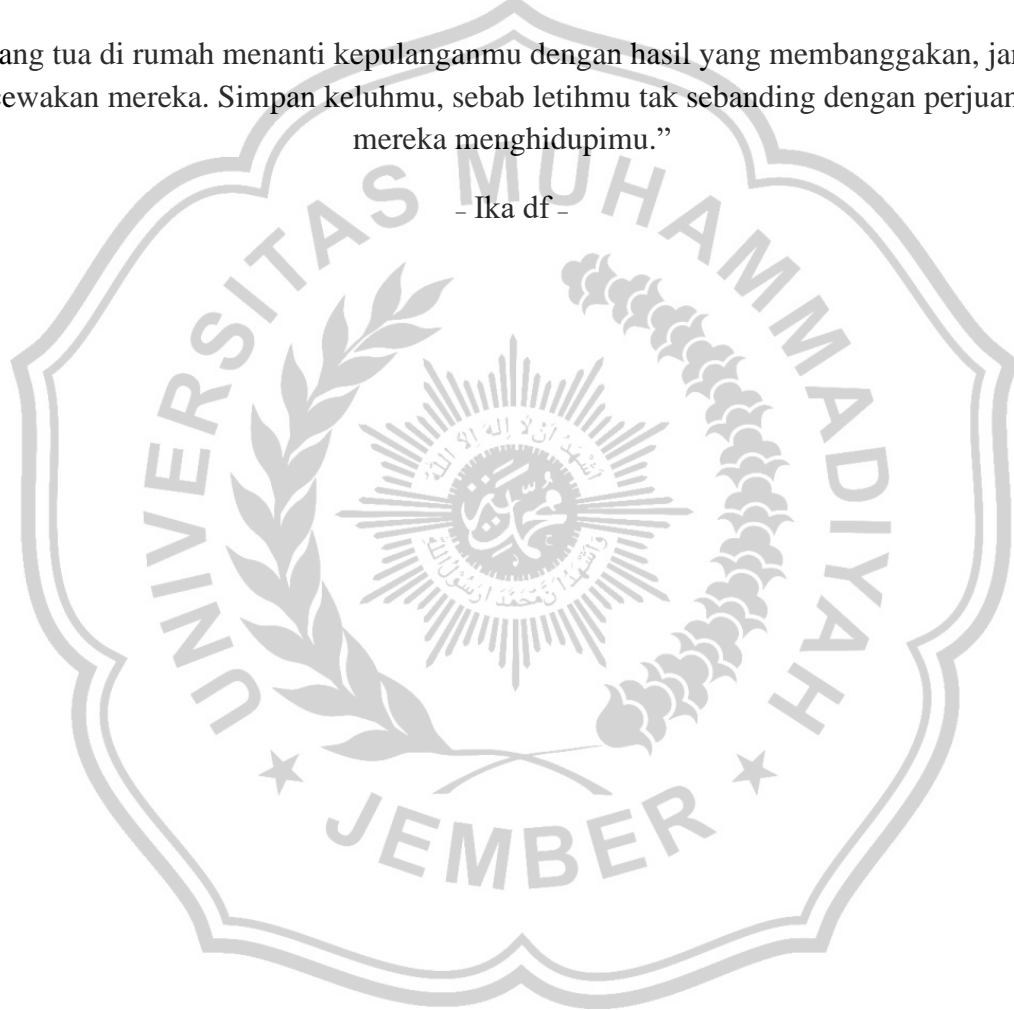
- Q.S Al-Baqarah :286 -

“Ilmu itu lebih baik dari kekayaan, karena kekayaan itu harus dijaga, sedangkan ilmu menjaga kamu.”

- Ali Bin Abi Thalib -

“Orang tua di rumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu.”

- Ika df -



KATA PENGANTAR

Penulis ingin menyampaikan rasa syukurnya atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala nikmat yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Skripsi berjudul pengaruh Digital marketing, Celebriti endorsement, dan Atribut Produk dalam keputusan Pembelian pada Toko Dynay Jember terdiri dari Bab I hingga V. Laporan penelitian ini disusun untuk memenuhi batasan persyaratan puncak. Tugasnya adalah meraih gelar Sarjana Manajemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi hingga terselesaikannya penelitian ini. Oleh karena itu, beliau ingin menyampaikan rasa terima kasihnya kepada:

1. Dr. Hanafi M.Pd selaku Rektor Muhammadiyah Jember .
2. Maheni Ika Sari, SE.,MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr.Trias Setiyowati,SH.,SE.,MM, selaku kepala Jurusan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Jekti Rahayu, SE., M.SI. selaku Dosen penguji dalam pembuatan karya ini, saya mendapat koreksi dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Akhmad Suharto Drs., M.SI. dan Seno Sumowo, SE., MM. sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, perhatian, serta memberikan bimbingan dan arahan guna menyelesaikan persiapan pekerjaan ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Jember yang memberikan pengalaman menyenangkan selama perkuliahan.
8. Semuah pihak berperan penting dalam kelancaran proses ini. Terima kasih atas kerjasamanya. Semoga tuhan membalas kebaikan dan kasih sayang penulis, semoga rahmatnyantercurah kepada kita semua. Penulis berharap semoga karya ini dapat bermanfaat bagi penulis lain dan pembaca sekalian.

Semoga Allah SWT membalas kemurahan hati penulis, dan semoga kasih sayang serta arahan-Nya tercurah kepada kita semua. Penulis berharap semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan penulis dan semua orang yang membacanya.

Jember, 07 Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
HALAMAN SAMBUNG	ii
PERNYATAAN	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Manajemen Pemasaran	7
2.2 Digital Marketing	8
2.3 Celebrity Endorsement.....	8
2.4 Atribut Produk	10
2.5 Keputusan Pembelian.....	11
2.6 Penelitian Terdahulu.....	12
2.7 Kerangka Konseptual.....	16
2.8 Hipotesis.....	17
BAB 3 METODE PENELITIAN	19
3.1 Identifikasi Variabel	19

3.2 Definisi Operasional Variabel.....	19
3.3 Desain Penelitian	21
3.4 Jenis Data	21
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Data	22
3.6 Teknik Pengumpulan Data	22
3.7 Teknik Analisis Data.....	23
3.7.1 Statistik Deskriptif	24
3.7.2 Uji Instrumen Data.	24
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	25
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda	26
3.7.5 Uji Hipotesis (Uji t).....	26
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	27
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	28
4.1.1 Sejarah.....	28
4.1.2 Visi dan Misi Dynay.....	29
4.1.3 Produk Dynay	30
4.1.4 Struktur Organisasi.....	30
4.1.5 Deskripsi Tugas.....	31
4.2 Deskripsi Responden.....	31
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	32
4.4 Hasil Analisis Data.....	34
4.4.1. Uji Instrumen	34
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	37
4.4.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	38
4.4.4 Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)	39
4.4.5 Hasil Koefisien Determinasi	40
4.5 Pembahasan.....	40
4.5.1 Pengaruh Digital Marketing Dalam Keputusan Pembelian Pada Toko Dynay Jember	40
4.5.2 Pengaruh Celebrity Endorsement Dalam Keputusan Pembelian Pada Toko Dynay Jember	41

4.5.3 Pengaruh Atribut Produk Dalam Keputusan Pembelian Pada Toko Dynay Jember.....	42
BAB 5 PENUTUP.....	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	47



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Data Penjualan produk Dynay Tahun 2023.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 4. 1 Nama-Nama Produk Dynay	30
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	31
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Berapa Kali Pembelian Terhadap Produk Dynay	32
Tabel 4. 5 Deskripsi Frekuensi Penilaian Responden terhadap digital marketing	32
Tabel 4. 6 Deskripsi Frekuensi Penilaian Responden terhadap Celebrity Endorsement.....	33
Tabel 4. 7 Deskripsi Frekuensi Penilaian Responden terhadap Atribut Produk	33
Tabel 4. 8 Deskripsi Frekuensi Penilaian Responden terhadap Keputusan pembelian.....	34
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Digital Marketing (X1).....	35
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Celebrity Endorsement (X2)	35
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Atribut Produk (X3)	35
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Krputusan Pembelian (Y).....	36
Tabel 4. 13 Hasil Uji Relianilitas Variabel Digital Marketing (X1)	36
Tabel 4. 14 Uji Normalitas Data dengan One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test.....	37
Tabel 4. 15 Hasil Multikolinearitas	37
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	38
Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	38
Tabel 4. 18 Hasil Uji t	39
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Gambar Kerangka Konseptual.....	16
Gambar 4.1 Aplikasi Facebook, Instagram, Tik Tok Shop, Shoope Toko Dynay Jember	28
Gambar 4.2 Google MAPS Toko Dynay Jember	29
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Dynay Jember.....	30



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	49
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner dan Tabulasi Data	50
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	59
Lampiran 4 Hasil Analisis Linear Berganda. Hasil Uji t dan Hasil Uji Koefisien.....	62
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	63
Lampiran 6 Surat Izin Penelitian.....	64
Lampiran 7 Kegiatan Studi Pendahuluan	65

