

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ELEKTRONIK WORD OF MOUTH (E-WOM)*,
DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU
AERO STREET**

SKRIPSI

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



Oleh : TAUFIK

Nim. 2010411218

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

2025

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Taufik
Nim : 2010411218
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **PENGARUH *DIGITAL MARKETING, ELEKTRONIK WORD OF MOUTH (E-WOM), DAN LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU AERO STREET**, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan plagiat atau jiplakan, saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai 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 di kemudian hari ada pihak-pihak yang di rugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

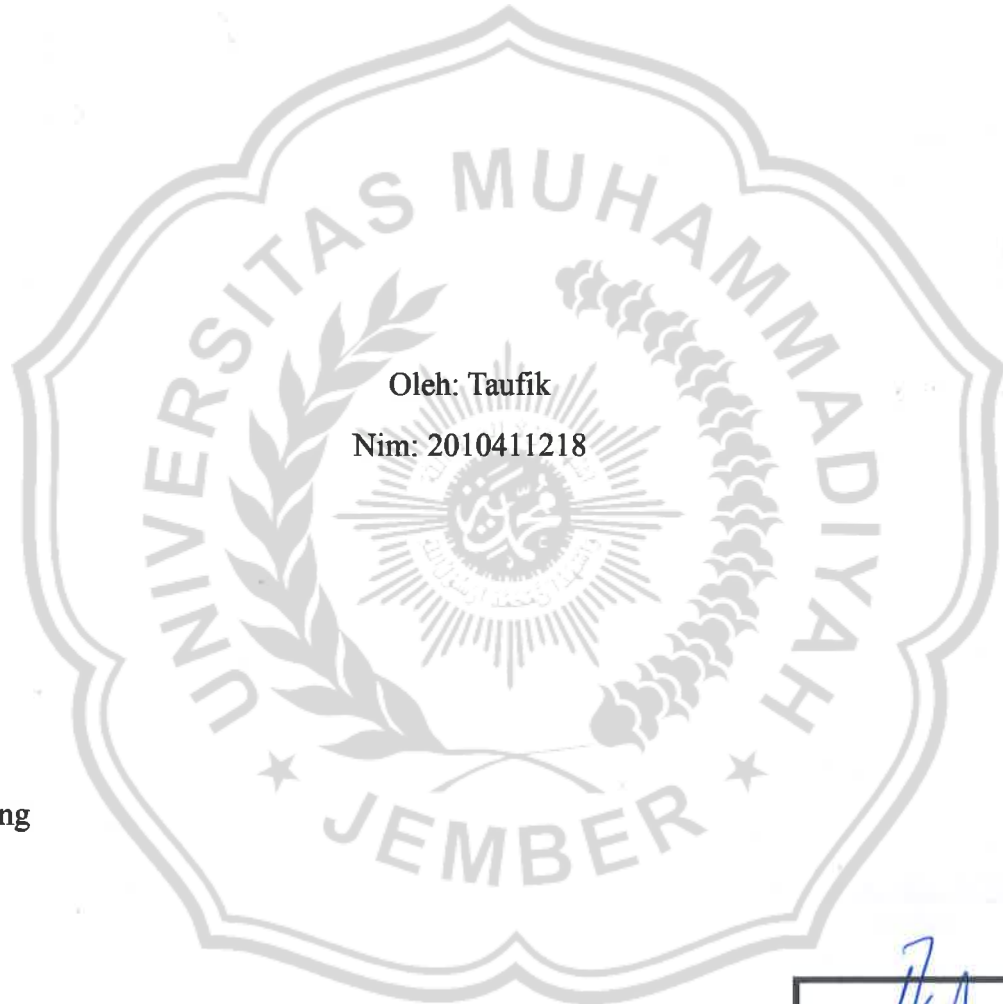
Jember, 3 Januari 2025



Taufik
2010411218

SKRIPSI

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *ELEKTRONIK WORD OF MOUTH (E-WOM)*,
DAN *LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU
AERO STREET**



Oleh: Taufik
Nim: 2010411218

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama

Pawestri Winahyu, S.Psi.,MM.

Dosen Pembimbing Pendamping

Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM.

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“PENGARUH DIGITAL MARKETING, ELEKTRONIK WORD OF MOUTH (E-WOM), DAN LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU AERO STREET”** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Taufik
Nim : 2010411218
Hari :
Tanggal :
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,


Bayu Wijayantini SE., MM.
NPK : 1979021711009661

Anggota 1,


Pawestri Winahyu, S.Psi., MM.
NPK : 1982052611703800

Anggota 2,


Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM.
NPK : 1986051411703796

Mengesahkan

Dekan,



Maheni Ika Sari, SE., MM.
NPK : 197708112005012001

Ketua Jurusan,


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

MOTTO

"Dan bersabarlah. Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar."

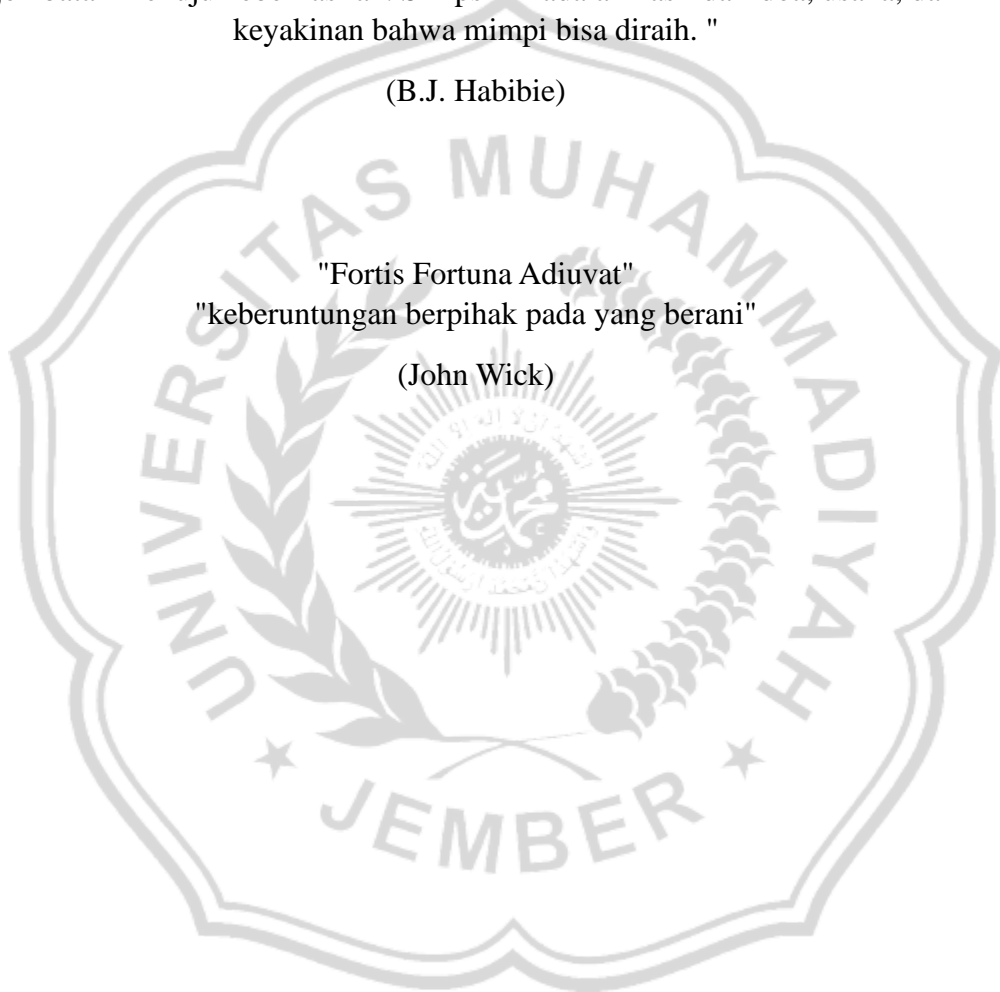
(QS. Al-Anfal ayat 46)

"Jangan pernah mengeluh dalam proses perjuangan, karena setiap kesulitan adalah jembatan menuju keberhasilan. Skripsi ini adalah hasil dari doa, usaha, dan keyakinan bahwa mimpi bisa diraih. "

(B.J. Habibie)

"Fortis Fortuna Adiuvat"
"keberuntungan berpihak pada yang berani"

(John Wick)



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbilalamin segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Digital Marketing, Elektronik Word Of Mouth (E-Wom), dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Sepatu Aero Street)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH., SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember
3. Ibu Pawestri Winahyu, S.Psi., MM. selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Ahmad Hasan Hafidzi S.E., M.M. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Ibu Bayu Wijyantini, SE, MM. selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tua tercinta, untuk seluruh cinta dan kasih sayang, do'a, dukungan dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga hal ini menjadi awal yang baik untuk kedepannya.
7. Kepada Kakakku tersayang, Siti Khomaria yang selalu mendukung dan memberi semangat sampai selesainya skripsi ini.
8. Sahabat, rekan-rekan magang dan organisasi yang selama ini telah menemani dan telah memberikan semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen angkatan 2020 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
10. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Jember, 6 Februari 2025
Yang menyatakan

Taufik
NIM.2010411218

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat berfikir, kesehatan dan kebahagiaannya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dalam kesempatan kali ini saya ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses menyelesaikan skripsi ini diantaranya:

1. Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT atas nikmat dan kemudahan yang telah Engkau berikan kepada penulis. Skripsi ini akhirnya selesai terlaksana sesuai rencana. Semoga keberhasilan ini bisa menjadi titik awal pencapaian cita-cita bagi penulis di masa depan.
2. Kepada kedua orang tua ku tercinta Alm Bapak Johan dan Alm Ibu Susyati yang senantiasa memberi dukungan moral maupun materi, do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya, selalu menyemangati dalam segala hal, dan selalu memberi yang terbaik, serta kasih sayang dan cinta yang tulus. Saya takkan pernah lupa semua pengorbanan jerih payah yang engkau berikan sehingga saya dapat meraih kesuksesan ini, kelak dapat membahagiakan engkau sampai akhir hayat.
3. Kepada Kakakku tersayang, Siti Khomaria terimakasih karena telah membantu untuk membiayai kuliah penulis, kakek nenekku Bapak Suhi, dan Ibu Nawiya, dan juga keponakanku Moch Rafli, Moch Rifki, dan Balqis Dewi Humairah terima kasih atas kasih sayang, doa, dan dukungan yang tiada henti. Kakak adalah inspirasi dan sumber semangat dalam setiap langkah yang saya tempuh. Ketulusan kakak dalam mendukung setiap perjuanganku telah menjadi pengingat bahwa keluarga adalah kekuatan terbesar dalam hidupku.
4. Kepada dosen pembimbing dan penguji saya, Ibu Pawestri Winahyu, S.Psi., MM. Bapak Ahmad Hasan Hafidzi S.E., M.M. dan Ibu Bayu Wijyantini SE.,MM. yang telah memberikan kasih sayang dan semangat yang luar biasa selama ini, semoga Allah melancarkan segala urusan mereka.
5. Untuk teman-teman terbaikku Terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, dan dukungan yang tak pernah berhenti. Kalian adalah pelengkap dalam setiap perjalanan yang penuh warna ini. Di saat sulit, kalian selalu ada untuk memberikan semangat dan membantu tanpa pamrih. Semoga kebersamaan ini menjadi kenangan indah yang akan selalu saya kenang sepanjang hidup. Skripsi ini adalah bukti bahwa dukungan kalian berarti segalanya.
6. Kota Jember dan juga Almamater kampus saya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang akan penulis terus banggakan.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
PERSEMBAHAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Digital marketing	8
2.1.2. Elektronik Word Of Mouth	10
2.1.3. Lifestyle	13
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	16
2.2. Penelitian Terdahulu.....	19
2.3. Kerangka Konseptual.....	22
2.4. Hipotesis Penelitian	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	24
3.1. Identifikasi Variabel	24
3.2. Definisi Oprasional Variabel	24
3.3. Desain Penelitian	26
3.4. Jenis Data	26
3.5. Populasi.....	26
3.6. Sampel.....	27
3.7. Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.8. Teknik Pengumpulan Data	27
3.9. Skala Pengukuran Variabel	28
3.10. Teknik Analisis Data	28
3.10.1 Uji Instrumen	28
3.10.2 Analisis Deskriptif	29

3.10.3	Uji Asumsi Klasik	29
3.10.4	Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.10.5	Uji Statistik	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Gambaran Umum	32
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	32
4.1.2	Visi dan Misi Aero Street	33
4.1.3	Jenis jenis Sepatu Aero Street	33
4.2	Hasil Analisis Data	33
4.2.1	Hasil Statistik Deskriptif Responden	33
4.2.2	Hasil Statistik Deskriptif Variabel	34
4.2.3	Uji Instrumen	37
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	38
4.2.5	Analisis Regresi Linier Berganda	40
4.2.6	Uji Statistik	41
4.3	Pembahasan	42
4.3.1	Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aero Strret	42
4.3.2	Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aero Strret	43
4.3.3	Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Aero Strret	44
BAB V PENUTUP		46
5.1	Kesimpulan	46
5.2	Saran	46
DAFTAR PUSTAKA		48
LAMPIRAN		52

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pencarian konsumen terhadap sepatu Aero Street	5
Tabel 1. 2 Pembelian sepatu aero stret	5
Tabel 4. 1 Deskripsi responden penelitian berdasarkan jenis kelamin.....	33
Tabel 4. 2 Deskripsi responden yang pernah membeli sepatu Aero Street	34
Tabel 4. 3 Deskripsi frekuensi penilaian responden terhadap variabel digital marketing.....	34
Tabel 4. 4 Deskripsi frekuensi penilaian responden terhadap variabel Electronic Word.....	35
Tabel 4. 5 Deskripsi frekuensi penilaian responden terhadap variabel Lifestyle.....	36
Tabel 4. 6 Frekuensi penilaian responden terhadap variabel Keputusan pembelian.....	36
Tabel 4. 7 Uji Validitas Digital Marketing (X1), Electronic Word Of Mouth (X2), Lifestyle (X3), dan Keputusan Pembelian (Y).....	37
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Digital Marketing (X1), Electronic Word Of Mouth (X2), Lifestyle (X3), dan Keputusan Pembelian (Y).....	38
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas	38
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	39
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	39
Tabel 4. 18 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	40
Tabel 4. 19 Hasil analisis Uji T.....	41
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tahapan-tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	17
Gambar 2. 2 Kerangka Konsep.....	22
Gambar 4. 1 Logo Aero Street dan Produk Aero Street.....	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	52
Lampiran 2 Tabulasi Data dan hasil Kuisisioner	55
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	64
Lampiran 4 Hasil Analisis Linear Berganda, Hasil Uji t dan Hasil Uji Koefisien	67
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	68
Lampiran 6 Penyebaran Kuisisioner.....	69

