

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA
PRODUK EMINA DI KOTA SURABAYA**

**Pengajuan Penelitian Skripsi
Program Studi : Manajemen**



Oleh :

**RESTIANA CAHYANI
NPM : 18.1.02.11321**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2022**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA
PRODUK EMINA DI KOTA SURABAYA**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : S1 Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

Oleh :

**RESTIANA CAHYANI
NPM : 18.1.02.11321**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)
SURABAYA
2022**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH* PADA PRODUK EMINA
DI KOTA SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

RESTIANA CAHYANI

NPM: 18.1.02.11321

Telah dipertahankan di depan
Tim Penguji pada 15 Oktober 2022

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Khuzaini, S.E., M.M.

Anggota : 1. Drs. Ec. Yahya, M.M.

2. Drs. Ec. Sugiyono, M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Khuzaini, S.E., M.M.



Dr. Suwitho, M.Si.



Ketua STIESIA



Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : **Restiana Cahyani**

N.P.M : **18.1.02.11321**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA PRODUK EMINA DI KOTA SURABAYA

Diajukan untuk diuji pada 15 Oktober 2022, adalah hasil karya saya,

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 15 Oktober 2022

Yang membuat pernyataan



Restiana Cahyani

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Restiana Cahyani
NPM : 18.1.02.11321
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 3 Februari 2000
Agama : Islam
Jumlah Saudara/ Anak ke : 3 / 1
Alamat : Jl. Gundih Rel No.34 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Imam Masroni
Alamat Rumah/Telpon : Jl. Gundih Rel No.34 Surabaya
Pekerjaan / Jabatan : Wirausaha

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN BUBUTAN VI Surabaya Tahun 2012
2. Tamat SMP di SMPN 42 Surabaya Tahun 2015
3. Tamat SMK di SMK SEJAHTERA Surabaya Tahun 2018
4. Perguruan Tinggi

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	SURABAYA	I – VIII	2018-2022	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/ Golongan	Jabatan
2018-2020	Zoey Cell	-	Kepala Toko

Dibuat dengan sebenarnya,

Restiana Cahyani

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah serta Inayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* PADA PRODUK EMINA DI KOTA SURABAYA**”

Penyusun skripsi ini ditunjukkan untuk salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan semua pihak, maka pada kesempatan ini tidak lupa penulisan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Bapak Dr. Suwitho., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya
3. Bapak Dr. Khuzaini, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing penulisan skripsi yang telah memberikan arahan dan dorongan untuk penulis menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Sulistyو Budi Utomo, BBA., MA., Ec., Ph.D., selaku dosen wali yang telah membantu dalam memberikan arahan bimbingan dan motivasi selama masa perkuliahan.
5. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan selama kegiatan perkuliahan.
6. Kedua orang tua saya ayah Imam Masroni dan ibu Sumindari yang selalu mencurahkan perhatian, serta motivasi yang tak terbatas serta doa yang tidak terputus untuk saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada adik-adik saya dan keluarga saya yang selalu memberikan doa, semangat, dan motivasi untuk saya agar dapat menyelesaikan perkuliahan

hingga selesai dengan baik supaya kelak saya akan menjadi orang yang sukses dan membanggakan keluarga.

8. Untuk orang tersayang saya Rachmat Kurniawan Susanto, yang tiada henti-hentinya memberikan semangat, kasih sayang serta motivasi untuk saya selama perkuliahan hingga penulisan skripsi.
9. Sahabat-sahabat terbaik Dava, Nunuk, Wiwik, Eva, Thassa, Rena, Puji, dan Okta yang selalu saling membantu, memberikan saran, informasi, motivasi, selalu menemani saya dan memberi semangat selama perkuliahan hingga penulisan skripsi.
10. Teman-teman SM-7 angkatan tahun 2018, teman-teman satu bimbingan, serta teman-teman saya lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang selama ini selalu memberikan motivasi dan semangat dalam penulisan skripsi.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terima kasih.

Surabaya, 23 Oktober 2022

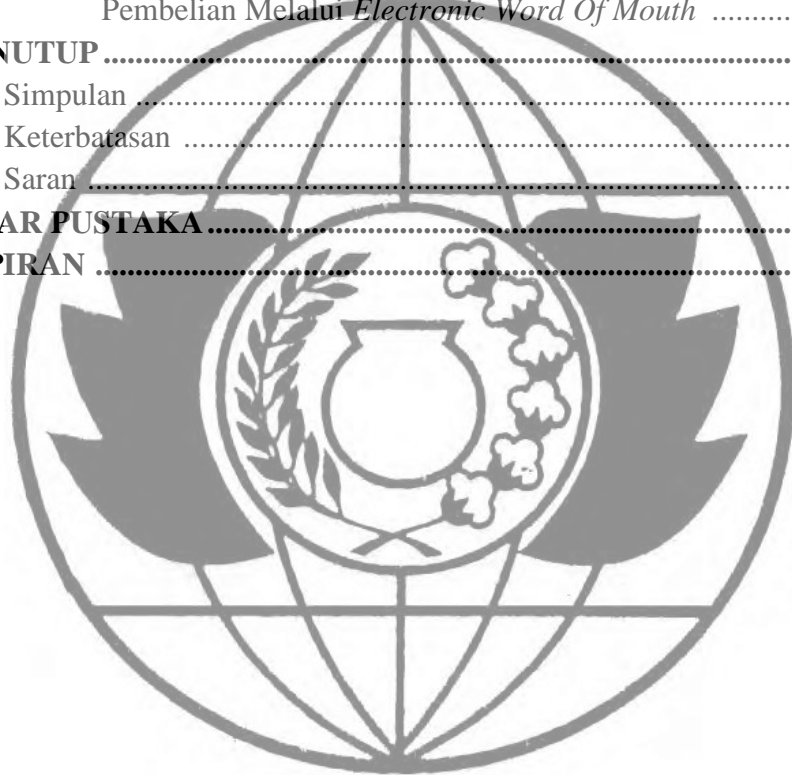
Restiana Cahyani

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL SKRIPSI	
HALAMAN JUDUL SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS ILMIAH	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	
1.2 Rumusan Masalah.....	
1.3 Tujuan Penelitian.....	
1.4 Manfaat Penelitian.....	
1.4.1 Manfaat Praktis	
1.4.2 Manfaat Teoritis	
1.4.3 Manfaat Kebijakan	
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	
2. TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Tinjauan Teoritis	
2.1.1 <i>Digital Marketing</i>	
2.1.2 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	
2.1.3 Keputusan Pembelian	
2.2 Penelitian Terdahulu	
2.3 Rerangka Konseptual	
2.4 Pengembangan Hipotesis	
2.4.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap <i>Electronic Word Of Mouth</i>	
2.4.2 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	
2.4.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap <i>Electronic Word Of Mouth</i>	
2.4.4 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Electronic Word Of Mouth</i>	
3. METODE PENELITIAN	

3.1	Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi Penelitian	
3.1.1	Jenis Penelitian	
3.1.2	Gambaran Populasi Penelitian	
3.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	
3.3	Teknik Pengumpulan Data	
3.3.1	Jenis Data	
3.3.2	Sumber Data	
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data	
3.4	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	
3.4.1	Variabel	
3.4.2	Definisi Operasional Variabel	
3.4.2.1	<i>Digital Marketing</i>	
3.4.2.2	<i>Electronic Word Of Mouth</i>	
3.4.2.3	Keputusan Pembelian	
3.5	Analisis Karakteristik Responden	
3.6	Teknik Analisis Data.....	
3.6.1	Uji Instrumen	
3.6.1.1	Uji Validitas	
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	
3.6.2	Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	
3.6.2.1	<i>Convergent Validity</i>	
3.6.2.2	<i>Discriminant Validity</i>	
3.6.2.3	<i>Composite Reliability</i>	
3.6.3	Uji Struktural atau <i>Inner Model</i>	
3.6.3.1	<i>R- Square</i>	
3.6.3.2	Pengujian Hipotesis	
4.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
4.1	Hasil Penelitian	
4.1.1	Gambaran Umum Produk Emina	
4.2	Data Penelitian	
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden	
4.2.2	Deskripsi Hasil Penelitian	
4.3	Uji Instrumen	
4.3.1	Uji Validitas	
4.3.2	Uji Reliabilitas	
4.4	Pengujian Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	
4.4.1	<i>Convergent Validity</i>	
4.4.2	<i>Discriminant Validity</i>	
4.4.3	<i>Composite Reliability</i>	
4.5	Pengujian Struktural atau <i>Inner Model</i>	

4.5.1 Uji *R-Square*
4.5.2 Pengujian Hipotesis
4.6 Pembahasan
4.6.1 Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap
Electronic Word Of Mouth
4.6.2 Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Terhadap
Keputusan Pembelian
4.6.3 Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap
Keputusan Pembelian.....
4.6.4 Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Keputusan
Pembelian Melalui *Electronic Word Of Mouth*
5. PENUTUP
5.1 Simpulan
5.2 Keterbatasan
5.3 Saran
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1 <i>Beauty Brand E-Commers Report 2020 Total Penjualan (pcs)</i>	2
Tabel 2 <i>Beauty Brand E-Commers Report 2020 Google Monthly Search</i>	3
Tabel 3 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 5 Karakteristik Berdasarkan Usia	37
Tabel 6 Kelas Interval	39
Tabel 7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Digital Marketing</i>	39
Tabel 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	41
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	42
Tabel 10 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 12 Hasil <i>Loading Factor</i>	46
Tabel 13 Hasil <i>Cross Loading</i>	47
Tabel 14 Hasil Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE	48
Tabel 15 Hasil Korelasi Antar Konstruk Dengan Nilai Akar Kuadrat AVE	49
Tabel 16 Hasil Nilai <i>Composite Reliability</i>	50
Tabel 17 Hasil Nilai <i>R-Square</i>	51
Tabel 18 Hasil <i>Direct Effect</i>	52
Tabel 19 Hasil <i>Inderect Effect</i>	54

Daftar Gambar

Gambar	Halaman
Gambar 1 Rerangka Konseptual	20
Gambar 2 Hasil Model Penelitian	52



Daftar Lampiran

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	65
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	69
Lampiran 3 Hasil Output SPSS	72
Lampiran 4 Deskripsi Variabel	73
Lampiran 5 Uji Instrumen (Validitas dan Reabilitas)	77
Lampiran 6 Hasil Output PLS	80
Lampiran 7 Surat Tugas Penulisan Skripsi	84
Lampiran 8 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi	85
Lampiran 9 Surat Pernyataan Penyebaran Kuesioner	86
Lampiran 10 Sertifikat Seminar Hasil Penelitian	87
Lampiran 11 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	88

