

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE BILAL MAKASSAR**



OLEH

SRI RAHMAYANI HANDOKO

NIM: 02220200055

Program Studi Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR**

2024

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFE BILAL MAKASSAR**



OLEH

SRI RAHMAYANI HANDOKO

NIM: 02220200055

Program Studi Manajemen

SKRIPSI SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH
GELAR SARJANA PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA
MAKASSAR**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul : Pengaruh Digital Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Bilal Makassar

Nama Mahasiswa : Sri Rahmayani Handoko

Nim : 02220200055

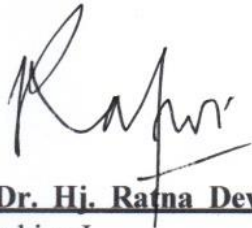
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan/Prodi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Dasar Penetapan Pembimbing : 1959/H.20/FEB/UMI/III/2023

Disahkan Oleh :



Prof. Dr. Hj. Ratna Dewi, S.E., M.Si
Pembimbing I



Dr. Fitriani, SE., MM
Pembimbing II

Mengetahui

Dekan



Dr. H. Muhammad Syafi'ul Basalamah, SE., MM

Ketua Jurusan Prodi



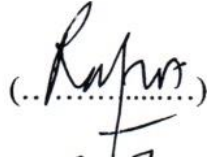
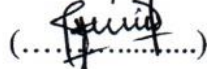
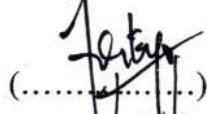
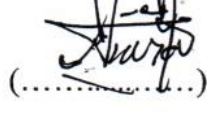
Dr. Imaduddin, S.T., M.M

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

Judul : Pengaruh Digital Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Bilal Makassar
Nama Mahasiswa : Sri Rahmayani Handoko
Nim : 02220200055
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan/Prodi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Dasar Penetapan Penguji : 1959/H.20/FEB/UMI/III/2023

Disahkan Oleh :

Komisi Penguji

Prof. Dr. Hj. Ratna Dewi, S.E., M.Si	(Ketua)	(... )
Dr. H. Fitriani, SE., MM	(Anggota)	(... )
Dr. Aditya Halim Perdana K, P, SE., MM	(Anggota)	(... )
Hj. Wahidah Amra, S.E., M.M.	(Anggota)	(... )

Mengetahui.

Dekan,



Dr. H. Muhammad Syafi'i Basalamah, SE., M

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sri Rahmayani Handoko

Nim : 02220200055

Jurusan/Prodi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CAFÉ BILAL MAKASSAR

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya didalamnaskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Makassar,.....2024

Yang membuat pernyataan



Sri Rahmayani

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillahirrabbi'lamin Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Serjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.

Selanjutnya kami haturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda Ir. Andoko Rianto Sutono dan Ibunda Indra, S.Pd yang selama ini telah membesarkan dengan penuh kasih sayang yang tulus mendidik, memberi semangat, mendoakan penulis dan memberikan dukungan moril hingga materi selama penulis menuntut ilmu. Kepada kakak saya Widya Hastuti Handoko yang selalu memberikan semangat serta membantu penulis dalam menyelesaikan tulisan ini,

Penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari Ibu Prof. Dr. Hj. Ratna Dewi, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dr. Fitriani, SE.,MM selaku dosen pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan penulis ucapkan banyak terimakasih. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Hj. Masrurah Mokhtar, M.A. selaku Ketua Yayasan Wakaf Universitas Muslim Indonesia
2. Prof. Dr. H. Sufirman Rahman, S.H.,M.H. selaku Rektor Universitas Muslim Indonesia.
3. Dr. H. Muhammad Syafi'i A Basalamah, SE.,MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.
4. Dr. Imaduddin, S.T., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muslim Indonesia.

5. Ibu Prof. Dr. Hj. Ratna Dewi, S.E., M.si selaku Pembimbing I dan Ibu Prof. Dr. Fitriani, S.E., M.M selaku Pembimbing II yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam penyusunan tugas akhir atau skripsi.
6. Bapak Dr. Aditya Halim Perdana K. P, SE., MM dan Ibu Hj. Wahida Amra, S.E., MM selaku dosen penguji yang telah memberikan saran, masukan, dan koreksi mulai dari awal samapi selesainya skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia yang telah membagikan ilmunya kepada peneliti dan para staf, karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia yang telah membantu sehingga urusan administrasi peneliti menjadi lancar.
8. Terimakasih untuk keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan baik secara moril.
9. Terimakasih kepada pihak Café Bilal karena telah menerima saya untuk meneliti.
10. Terimakasih kepada seluruh teman-teman kelas B4 Manajemen yang memberikan dukungan, motivasi dan berjuang bersama selama menempuh studi hingga selesainya skripsi ini
11. Terimakasih kepada teman-teman Second Famz yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Sri Rahmayani . Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri.

Penyelesaian skripsi ini merupakan upaya maksimal dari penulis yang tak luput dari berbagai kekurangan, karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi perkembangan peradaban umat manusia dan semoga apa yang penulis kerjakan mendapat ridho dari Allah SWT, Aamiin.

Makassar, Agustus 2024

Penulis

Sri Rahmayani

ABSTRAK

Sri Rahmayani, 02220200055, Pengaruh *Digital Marketing* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Cafe Bilal Makassar di bimbing oleh Ibu Ratna Dewi dan Ibu Fitriani

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *digital marketing* dan harga terhadap keputusan pembelian di Café Bilal Makassar. Teknik pengumpulan data yang dilakukan penyebaran kuesioner, dengan menentukan jumlah sampel sebanyak 83 responden. Teknik analisis data menggunakan uji statistik deskriptif, uji kualitas data (uji validitas, uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji f

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan maka *Digital Marketing* (X1) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,394 dimana nilai tersebut lebih besar daripada 0,05 dan nilai t sebesar 0,856 sehingga dapat disimpulkan variabel *Digital Marketing* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan kata lain H1 ditolak. Harga (X2) memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,00 dimana nilai tersebut lebih besar daripada 0,05 dan nilai t sebesar 6,757 sehingga dapat disimpulkan variable Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil Uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,00 dimana nilai tersebut lebih kecil daripada 0,05 dan nilai F sebesar 28,664 sehingga dapat disimpulkan *Digital Marketing* dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Harga, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Sri Rahmayani, 02220200055, *The Influence of Digital Marketing and Prices on Purchasing Decisions at Cafe Bilal Makassar* guided by Mrs. Ratna Dewi and Mrs. Fitriani

This research aims to determine and analyze the influence of digital marketing and price on purchasing decisions at Café Bilal Makassar. The data collection technique involved distributing questionnaires, by determining the sample size of 83 respondents. Data analysis techniques use descriptive statistical tests, data quality tests (validity test, reliability test), classic assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, coefficient of determination test, t test and f test

Based on the research results that have been explained, Digital Marketing (X1) has a significance level of 0.394, where this value is greater than 0.05 and the t value is 0.856, so it can be concluded that the Digital Marketing variable has a positive and insignificant effect on purchasing decisions, in other words, H1 is rejected. . Price (X2) has a significance level of 0.00, where the value is greater than 0.05 and the t value is 6.757, so it can be concluded that the Price variable has a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of the F Test show a significance value of 0.00, where this value is smaller than 0.05 and the F value is 28.664, so it can be concluded that Digital Marketing and Price simultaneously have a significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: Digital Marketing, Price, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Teori.....	7
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Konseptual Penelitian.....	33
D. Hipotesis.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
C. Jenis dan Sumber Data	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Populasi dan Sampel	37
F. Metode Analisis Data.....	39
G. Definisi Operasional.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46

A. HASIL.....	46
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	48
3. Hasil Uji Kualitas.....	51
4. Hasil Uji Asumsi Klasik	54
B. PEMBAHASAN	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Simpulan	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Data Pelanggan Café Bilal	5
2. Skala Likert	37
3. Definisi Operasional.....	45
4. Gambaran Umum Sampel atau Responden.....	47
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
7. Deskriptif Variabel Penelitian (X1)	49
8. Deskriptif Variabel Penelitian (X2)	50
9. Deskriptif Variabel Penelitian (Y)	51
10. Hasil Uji Validitas.....	52
11. Hasil Uji Reliabilitas	53
12. Hasil Uji Multikolinieritas	55
13. Model Persamaan Regresi.....	57
14. Hasil Uji R^2	58
15. Hasil Uji F (Simultan)	59
16. Hasil Uji T (Parsial)	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Tahap – tahap Keputusan Pembelian	27
2. Kerangka Konseptual Penelitian	34
3. Lokasi Cafe Bilal.....	47
4. Hasil Uji Normalitas dengan P-Plot	54
5. Hasil Uji Heteroskedastisitas	56