

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH* DAN
KEPUASAN PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI DI
TOKO *DAILY FRESH* PADA MASA PANDEMI COVID-19**

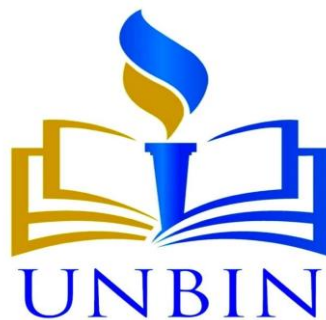
SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN**

OLEH :

DEBI JULIA FEBRIENA

NPM S1-0218.233



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

2022

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN KEPUASAN PELAYANAN, TERHADAP MINAT BELI DI TOKO *DAILY FRESH* PADA MASA PANDEMI COVID-19” dapat penulis selesaikan dengan rencana yang telah ditentukan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan jauh dari sempurna. Dalam penulisan skripsi ini banyak sekali pihak yang telah membantu dan mendorong penulis untuk menyempurnakan penulisan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberi dukungan hingga terselesaikan skripsi ini, antara lain kepala yang terhormat :

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE., MM selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.Ak selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom selaku Wakil Rektor II dan Ibu Yustina Wardhani, S.Hut., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Bapak Watoyo Hadi, SE., MM selaku pembimbing I dan Ibu Vera Clara Simanjuntak, S.Sos., MM selaku pembimbing II.

4. Para dosen di Universitas Binaniaga yang berjasa sangat besar dalam membimbing penulis selama menjalankan studi di Universitas Binaniaga.
5. Rekan-rekan mahasiswa UNBIN yang telah menyemangati dan membantu mendoakan untuk kelancaran penyusunan skripsi.
6. Kepada kedua orang tua ku tercinta, Bapak Dedi Supriatna (Alm) yang selalu mendukung semasa hidupnya, dan Ibu Rina Mardiana yang sudah mendoakan dan menjadi *support system* terbaikku.
7. Rekan-rekan *Daily Fresh* terutama Bapak Soni Herliansyah (*Owner*), Bapak Zaini Rahman (*Manager*) dan untuk para team *daily fresh* yang sudah membantu mendoakan dan memberi motivasi dalam skripsi ini.
8. Sahabatku, terutama Habibah Tiara Amallia, Salwa Lutfhianti, Luli Syarifah, Muthia Desyderiana Putri, Lentik Mojang Triana, dan Annisa Firdaus yang sudah menjadi *support system* terbaik, yang selalu mendoakan dan memberikan motivasi.

Diharapkan, skripsi ini bisa bermanfaat untuk semua pihak. Dan tak lupa kritik dan saran yang bersifat membangun sangat saya harapkan agar skripsi ini bisa lebih baik lagi kedepannya.

Bogor, Agustus 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah	11
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	12
F. Kegunaan Penelitian	12
G. Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Minat Beli	15
B. <i>Digital Marketing</i>	21
C. <i>Word Of Mouth</i>	30
D. Kepuasan Pelayanan	41
E. Penelitian Terdahulu	48
F. Kerangka Pikiran	52
G. Hipotesis Penelitian	53

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	59
B. Tempat dan Waktu Penelitian	60
C. Variabel dan Pengukuran	60
D. Populasi dan Sampel	61
E. Metode Penelitian	63
F. Teknik Pengumpulan Data	65
G. Instrument Penelitian	67
H. Operational Variabel	73
I. Teknik Analisis Data	74

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Perusahaan	85
B. Uji Validitas dan Reliabilitas	86
C. Profil Responden	93
D. Hasil Deskriptif	96
E. Uji Asumsi Klasik	100
F. Uji Korelasi Berganda	104
G. Regresi Linear	105
H. Uji Hipotesis	107
I. Uji Koefisien Determinasi	111
J. Pembahasan	112

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	119
B. Saran	120

DAFTAR PUSTAKA	121
----------------------	-----

LAMPIRAN	124
----------------	-----

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Data Minat Beli Konsumen	5
Tabel 2 Data Kepuasan Pelayanan	6
Tabel 3 Pengguna Media <i>Social</i> di Indonesia 2021	8
Tabel 4 Data Konsumen <i>Daily Fresh</i>	9
Tabel 5 Perbedaan Pemasaran Tradisional Dengan Pemasaran <i>Digital</i>	41
Tabel 6 Kriteria Penilaian berdasarkan Angka Penafsiran	65
Tabel 7 Skala Pengukuran	68
Tabel 8 Definisi Operasional Variabel	73
Tabel 9 Pedoman interpretasi “r” <i>product moment</i>	83
Tabel 10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Marketing</i>	86
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Digital Marketing</i>	87
Tabel 12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	88
Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Word Of Mouth</i>	89
Tabel 14 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelayanan	90
Tabel 15 Hasil Uji Reliabel Validitas Kepuasan Pelayanan	91
Tabel 16 Hasil Validitas Variabel Minat Beli	91
Tabel 17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli	93
Tabel 18 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin	93
Tabel 19 Data Responden berdasarkan Usia	94
Tabel 20 Data Responden berdasarkan Jenjang Pendidikan	95

Tabel 21 Angka Penafsiran	97
Tabel 22 Perhitungan Tanggapan Responden Variabel <i>Digital Marketing</i> ...	97
Tabel 23 Perhitungan Tanggapan Responden Variabel <i>Word Of Mouth</i>	98
Tabel 24 Perhitungan Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Pelayanan	99
Tabel 25 Perhitungan Tanggapan Responden Variabel Minat Beli	99
Tabel 26 Hasil Uji Multikolonieritas	102
Tabel 27 Hasil Uji Heteroskedastisitas	103
Tabel 28 Nilai Koefisien Korelasi	104
Tabel 29 Hasil Uji Koefisien Korelasi	105
Tabel 30 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	106
Tabel 31 Hasil Analisis Uji t	108
Tabel 32 Hasil Uji F	111
Tabel 33 Hasil Uji Koefisien Determinasi	112

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Persentase Data Minat Beli Konsumen	5
Gambar 2 Persentase Data Kepuasan Pelayanan	6
Gambar 3 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 4 Grafik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	94
Gambar 5 Grafik Responden berdasarkan Usia	95
Gambar 6 Grafik Responden berdasarkan Jenjang Pendidikan	96
Gambar 7 Grafik Normal <i>P-P Plot f Regresion Standardized Residual</i>	100
Gambar 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	104

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	124
Lampiran 2. Tabulasi Data Mentah Uji Validitas dan Reliabilitas	130
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	135
Lampiran 4. Tabulasi Data Mentah	150
Lampiran 5. Hasil Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	203
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik	216
Lampiran 7. Hasil SPSS	218
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis	219
Lampiran 9. Hasil Uji r	220
Lampiran 10. Tabel Uji F	221
Lampiran 11. Tabel Uji t	222
Lampiran 12. Tabel Uji r	223

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN
KEPUASAN PELAYANAN, TERHADAP MINAT BELI DI
TOKO *DAILY FRESH* PADA MASA PANDEMI COVID-19

OLEH : DEBI JULIA FEBRIENA

NPM : S1-0218.233

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(WARTOYO HADI, SE., MM) (VERA CLARA SIMANJUNTAK, S.Sos., MM)

PENGUJI I

PENGUJI II

(SUMARDJONO, SE., MM)

(PRIYO WISMANTORO, Drs., MM)

Bogor,

REKTOR

UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA

(DR. ISMULYANA DJAN, SE., M.M)