

**IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI DAN *DIGITAL*  
*MARKETING* MELALUI INSTAGRAM PRODUK SEPATU  
OLAHRAGA IFOOTBALL STORE DALAM KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SAAT PANDEMI COVID 19 DI KOTA BEKASI**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Indiastari Desty Rositasari**

**201710325107**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Implementasi Strategi Promosi dan *Digital Marketing* Produk Sepatu Olahraga Ifootball Store Dalam Keputusan Pembelian Melalui Instagram Saat Pandemi Covid19 Di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Indistari Desty Rositasari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325107

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Juli 2021

Jakarta, 19 Juli 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing



AGUS DHARMANTO, SE., MM.

NIDN : 0305087310

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Implementasi Strategi Promosi dan *Digital Marketing* Produk Sepatu Olahraga Ifootball Store Dalam Keputusan Pembelian Melalui Instagram Saat Pandemi Covid19 Di Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Indiastari Desty Rositasari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325107

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus : 5 Juli 2021

Jakarta, 19 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, SE., M.M

NIDN : 0325057908

Anggota Penguji I : Agus Dharmanto, SE., M.M

NIDN : 0305087310

Anggota Penguji II : Ari Sulistyowati, SE., M.M.

NIDN : 0331078303

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN : 0329048302

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP

NIDN : 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indiestari Desty Rositasari  
NPM : 201710325107  
Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 04 Desember 1998  
Alamat : Kp. Bogor II No.24 Rt.02/06 Pusakarakyat Kec.  
Tarumajaya Bekasi 17214

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “Implementasi Strategi Promosi *Digital Marketing* Produk Sepatu Olahraga Ifootball Store Dalam Keputusan Pembelian Melalui Instagram Saat Pandemi Covid 19 Dikota Bekasi” merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 7 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,



Indiestari Desty Rositasari

201710325107

## ABSTRAK

**Indiastari Desty Rositasari, 201710325107**, Implementasi Strategi Promosi *Digital Marketing* Produk Sepatu Olahraga Ifootball Store Dalam Keputusan Pembelian Melalui Instagram Saat Pandemi Covid 19 Dikota Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Strategi Promosi dan *Digital Marketing* terhadap keputusan pembelian *Followers* pada Produk Sepatu Olahraga Ifootball Store.

Populasi dalam penelitian ini adalah *Followers* yang pernah melakukan pembelian pada Produk Sepatu Olahraga Ifootball Store. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 orang responden, menggunakan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *Quota sampling*. Data yang memenuhi syarat validitas dan reliabilitas selanjutnya diuji menggunakan analisis regresi berganda menghasilkan persamaan  $Y = 7.451 + 0,246 X_1 + 0,217 X_2$ . Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t diperoleh hasil variabel Strategi Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Sedangkan berdasarkan hasil uji f dapat disimpulkan bahwa Strategi Promosi dan *Digital marketing* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *Followers* pada produk sepatu olahraga Ifootball Store.

**Kata Kunci :** Strategi Promosi, *Digital marketing*, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

**Indiastari Desty Rositasari, 201710325107, Implementation of a Digital Marketing Promotion Strategy for Ifootball Store Sports Shoes Products in Purchase Decisions Through Instagram During the Covid 19 Pandemic in the City of Bekasi. This study aims to determine how much influence the Promotion Strategy and Digital Marketing have on the followers' purchasing decisions on the Ifootball Store Sports Shoes Product.**

*The population in this study are followers who have made purchases at the Ifootball Store Sports Shoes Products. Collecting data through the distribution of questionnaires to 100 respondents, using the sampling technique in this study is non-probability sampling with Quota sampling method. Data that meet the validity and reliability requirements are then tested using multiple regression analysis resulting in the equation  $Y = 7451 + 0.246 X1 + 0.217 X2$ . Based on the results of hypothesis testing using the t test, the results of the Promotion Strategy variable have a positive and significant effect on purchasing decisions, digital marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions, while based on the results of the f test, it can be concluded that promotion strategy and digital marketing have a simultaneous effect on purchasing decisions. on the Ifootball Store sports shoe product.*

**Keywords:** *Promotion Strategy, Digital marketing, Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

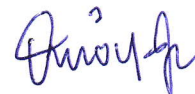
Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul "Implementasi Strategi Promosi *Digital Marketing* Produk Sepatu Olahraga Ifootball Store Dalam Keputusan Pembelian Melalui Instagram Saat Pandemi Covid 19 Dikota Bekasi", guna memenuhi salah satu syarat untuk melanjutkan penelitian Tugas Akhir. Oleh karena itu, dari hati yang paling dalam penulis menyampaikan ucapan terima kasih, khususnya kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., MM. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Agus Dharmanto, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa dengan sabar membimbing, memberi petunjuk dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. M. Fadhli Nursal, SE., M.M. dan Ari Sulistyowati, SE., M.M. Selaku Dosen Penguji yang telah memberikan bimbingan dan saran-saran yang berguna bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua dan keluarga penulis serta teman-teman, yang telah mendo'akan, membantu serta memberi dukungan dan kasih sayang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Jakarta, 04 Juni 2021

Penulis



Indiastari Desty Rositasari

# DAFTAR ISI

Halaman

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Batasan Masalah .....	7
1.6. Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1. Implementasi.....	9
2.1.1 Pengertian Implementasi .....	9
2.2. Strategi Promosi.....	11
2.2.1 Pengertian Strategi Promosi .....	11
2.2.2 Pengertian Instagram.....	13
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Promosi.....	18
2.2.4 Indikator Strategi Promosi.....	19
2.3. <i>Digital Marketing</i> .....	20
2.3.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	20
2.3.2 Teori Digital Marketing.....	23

viii



2.3.3 Tahapan Penentuan Strategi Digital Marketing.....	24
2.3.4 Promosi Melalui Digital Marketing Pada Saat Pandemi Covid 19 .....	27
2.3.5 Indikator Digital Marketing.....	27
2.4 Produk .....	29
2.4.1 Pengertian Produk.....	29
2.5. Keputusan Pembelian.....	31
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	31
2.5.2 Tahapan Keputusan Pembelian.....	32
2.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	33
2.5.4 Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian .....	34
2.6. Penelitian Terdahulu .....	35
2.7. Kerangka Pemikiran.....	40
2.8. Hipotesis Penelitian.....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
3.1 Desain Penelitian .....	45
3.2 Tahap Penelitian.....	46
3.3 Model Konseptual Penelitian.....	48
3.4 Operasional Variabel.....	50
3.4.1 Variable Independent (X1).....	50
3.4.2 Variable Dependent (Y) .....	50
3.5 Waktu Dan Tempat Penelitian.....	52
3.5.1 Waktu Penelitian.....	52
3.5.2 Tempat Penelitian .....	52
3.6 Metode Pengambilan Data .....	53
3.6.1 Populasi penelitian .....	53
3.6.2 Sampel Penelitian.....	53
3.7. Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.8. Jenis Data.....	56
3.9. Sumber Data .....	56
3.10. Metode Analisis Data .....	57
3.11. Uji Asumsi Klasik.....	57

3.12. Analisis Regresi .....	60
3.13. Uji Hipotesis .....	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	63
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	63
4.1.2 Logo Perusahaan.....	63
4.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan .....	64
4.2 Hasil Penelitian.....	65
4.2.3 Jenis Pekerjaan Responden.....	66
4.2.4. Jumlah pengeluaran perbulan yang dikeluarkan untuk pembelian produk Ifootball Store.....	67
4.3. Uji Analisis Data.....	70
4.3.1. Uji Validitas.....	70
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	73
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.4.1 Uji Normalitas.....	73
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	76
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	77
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
4.5 Uji Hipotesis .....	79
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	79
4.5.2 Uji T .....	80
4.5.3 Uji F .....	81
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>86</b>
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Implikasi Manajerial .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Dengan Peneliti Terdahulu .....	39
Tabel 3.1. Model Konseptual .....	50
Tabel 3.2. Contoh Skala Likert.....	55
Tabel 4.1. Uji Validitas Strategi Promosi (X1) .....	69
Tabel 4.2. Uji Validitas Digital Marketing (X2) .....	70
Tabel 4.3. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	71
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas .....	72
Tabel 4.5. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov .....	73
Tabel 4.6. Uji Multikolinieritas .....	76
Tabel 4.7. Analisis Regresi Linier Berganda .....	78
Tabel 4.8. Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	79
Tabel 4.9. Hasil Uji t.....	81
Tabel 4.9. Hasil Uji f.....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahapan Penentuan Strategi Digital Marketing .....	23
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran .....	42
Gambar 3.1. Model Konseptual.....	49
Gambar 4.1. logo Perusahaan.....	64
Gambar 4.2. Jenis Kelamin Responden .....	65
Gambar 4.3. Usia Responden .....	66
Gambar 4.4. Jenis Pekerjaan .....	66
Gambar 4.5 Jumlah pengeluaran perbulan yang dikeluarkan untuk pembelian produk Ifootball Store.....	67
Gambar 4.6. frekuensi pembelian produk Ifootball Store.....	68
Gambar 4.7 frekuensi Followers mengetahui produk Ifootball Store .....	68
Gambar 4.8. Frekuensi Followers mengikuti Instagram Ifootball Store .....	69
Gambar 4.9. Model P-Plot.....	75
Gambar 4.10. Uji Heterokedastisitas .....	77



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Riset
- Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi
- Lampiran 3 Data Kuesioner
- Lampiran 4 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5 Uji Validitas
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Uji Normalitas
- Lampiran 8 Uji Multikolinearitas
- Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10 Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 11 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)
- Lampiran 12 Uji T
- Lampiran 13 Uji F
- Lampiran 14 Titik Presentase Distribusi R
- Lampiran 15 Titik Presentase Distribusi T
- Lampiran 16 Titik Presentase Distribusi F
- Lampiran 17 Plagiarisme Checker
- Lampiran 18 Uji Plagiarisme
- Lampiran 19 Daftar Riwayat Hidup