

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
ULANG KONSUMEN *COFFEE SHOP* (STUDI KASUS  
DI TJANGKIR KOPI)**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Rezki Nabilawati**

**201910327002**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Pelayanan  
Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen  
*Coffee Shop* (Studi Kasus Di Tjankir Kopi).

Nama Mahasiswa : Rezki Nabilawati  
Nomor Pokok Mahasiswa : 201910327002  
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis  
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 30 Januari 2024

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M

NIDN. 0318087101



Dr. Ari Sulistyowati, S.E., M.M

NIDN. 0331078303

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Coffe Shop (Studi Kasus Di Tjankir Kopi)

Nama Mahasiswa : Rezki Nabilawati .

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910327002

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 22 Januari 2024

Jakarta, 30 Januari 2024

MENGESAHKAN

Ketua Tim Penguji

Dr. Hadita, S.Pd., MM  
NIDN. 0329048302

Sekretaris Tim Penguji

Neng Siti Komariah, S.E., M.M  
NIDN. 0327128105

Penguji

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M  
NIDN. 0318087101

MENGETAHUI

Ketua Program Studi  
Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M.  
NIDN. 0327037601

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak  
NIDN. 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen *Coffe Shop* (Studi Kasus Di Tjankir Kopi).

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang dimana sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi 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, 26 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Rezki Nabilawati

201910327002

## ABSTRAK

**Rezki Nabilawati, 201910327002.** Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Coffee Shop (Studi Kasus Di Tjangkir Coffee).

Tujuan Penelitian adalah menguji Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Coffee Shop (Studi Kasus Di Tjangkir Coffee). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan IBM SPSS Statistik 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen. Penelitian ini memberikan rekomendasi bahwa Tjangkir Coffee harus meningkatkan Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan dengan bijak.

Penelitian ini memiliki keterbatasan objek penelitian yang hanya dilakukan pada Tjangkir Coffee. Hal ini dapat menjadi saran untuk peneliti selanjutnya. Kebaharuan dalam penelitian ini menggabungkan variabel Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada satu model penelitian yang dilakukan pada Tjangkir Coffee.

Kata kunci: *Digital Marketing, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian ulang.*

## ABSTRACT

**Rezki Nabilawati, 201910327002.** The Influence of Digital Marketing and Service Quality on Coffee Shop Consumers' Repurchase Decisions (Case Study at Tjangkir Coffee).

This research is research used to determine the influence of digital marketing and service quality on coffee shop consumers' repurchase decisions (Case Study at Tjangkir Coffee). This research is a quantitative research where the object used is Tjangkir Coffee. This research uses the Lemeshow formula. The number of samples used in this research 97 respondents. The design used in this research is hypothesis testing using IBM SPSS Statistics 24.

The results of this research provide an explanation that the Digital Marketing and Service Quality variables have a positive effect on consumer repurchase decisions. This research provides recommendations that Tjangkir Coffee must improve Digital Marketing and Service Quality wisely.

This research has the limitation of the research object which was only carried out at Tjangkir Coffee. This can be a suggestion for future researchers. The novelty in this research combines Digital Marketing and Service Quality variables on Purchasing Decisions in one research model conducted at Tjangkir Coffee.

Keywords: Digital Marketing, Service Quality, Repeat Purchase Decision.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Melalui skripsi ini peneliti meneliti bagaimana “**Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen *Coffee Shop* (Studi Kasus di Tjankir *Coffee*)**”. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi peneliti dan khususnya untuk mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis guna menyempurnakan kembali penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti, serta bermanfaat untuk pembaca yang mencari referensi bahan bacaan. Peneliti menyadari dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Bapak Inspektur Jenderal Polisi (P) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Dr. Ari Sulistyowati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberi bimbingan, dukungan, serta ilmu dalam penyelesaian skripsi.
5. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberi ilmunya kepada peneliti dari awal memasuki perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk kedua orang tua peneliti bapak Suharwanto dan Ibu Ida wati , yang selalu memberikan dukungan moril dan materil kepada peneliti dari awal memasuki perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk diri saya sendiri yang sudah kuat dalam menjalankan proses penyusunan

laporan skripsi ini.

8. Untuk Kukuh Bhagaskara S.Ak, Kadek Wiranata Ismunandar S.M dan Marhiansyah Aziz Sunardi S.M yang selalu membantu saya dalam mengerjakan Skripsi.
9. Untuk Teman pengerjaan skripsi saya Farhan, Azka, Devan dan lainnya yang selalu memberikan dukungan dalam pengerjaan skripsi.
10. Untuk Angkringan Berkah Orang Tua dan Warkop BDI yang telah memberikan dukungan, semangat dan do'a untuk kelancaran peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
11. Untuk Dita, Valen, Vira, Hasbi, Gadis, Ka Timor, Popular Girls, Ayu Sherin, Landmark Girls, Buana Giri yang telah membantu men support saya dalam mengerjakan skripsi.

Penulis menyadari proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang Pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut.

Bekasi, 04 Januari 2023

Penulis



Rezki Nabilawati



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</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 I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Batasan Masalah .....	10
1.6 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II .....</b>	<b>12</b>
<b>TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Telaah Teoritis .....	12
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	12
2.1.2 <i>Digital Marketing</i> .....	14
2.1.3 Kualitas Pelayanan .....	19
2.1.4 Telaah Empiris .....	22
2.1.5 Kerangka Konseptual .....	24
2.1.6 Hipotesis .....	26

<b>BAB III.....</b>	<b>29</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1 Desain Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel .....	29
3.2.1 Populasi .....	29
3.2.2 Sampel .....	30
3.3 Jenis Dan Sumber Data .....	31
3.3.1 Jenis Data.....	31
3.3.2 Sumber Data .....	32
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.4.1 Definisi Operasional .....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6 Model Konseptual Penelitian .....	35
3.7 Variabel Penelitian .....	36
3.7 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	37
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	37
3.7.2 Uji Instrument Penelitian.....	38
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	39
3.7.4 Regresi linear berganda .....	41
3.7.5 Uji hipotesis.....	41
<b>BAB IV .....</b>	<b>44</b>
<b>PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum Tjangkir Coffe .....	44
4.3.1 Identifikasi Responden .....	44
4.3 Hasil Analisis Data.....	47
4.3.1 Hasil Statistik Deskriptif .....	47
4.4 Hasil Uji Instrumen .....	48
4.4.1 Uji Validitas.....	48
4.4.2 Uji Reabilitas .....	51
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	52
4.5.1 Uji Normalitas .....	52

4.5.2 Uji Multikolinearitas .....	52
4.5.3 Uji Heteroskedasitas .....	53
4.6 Hasil Analisis Regresi .....	54
4.6.1 Regresi Linear Berganda .....	54
4.7 Hasil Uji Hipotesis .....	55
4.7.1 Uji T.....	55
4.7.2 Uji F.....	57
4.7.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	57
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	58
4.8.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Ulang .....	58
4.8.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang .....	59
4.8.3 Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang.....	60
<b>BAB V.....</b>	<b>61</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>61</b>
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	61
<b>REFERENSI.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	33
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	35
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner .....	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	46
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa kali berkunjung ke Tjankir Kopi .....	46
Tabel 4. 6 Hasil Statistik Deskriptif.....	47
Tabel 4. 7 Uji Validitas (X1) .....	49
Tabel 4. 8 Uji Validitas (X2) .....	49
Tabel 4. 9 Uji Validitas (Y) .....	50
Tabel 4. 10 Uji Reabilitas.....	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas .....	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4. 13 Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4. 14 Uji T .....	56
Tabel 4. 15 Uji F .....	57
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	25
Gambar 3. 1 Model Konseptual Penelitian .....	36
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas.....	53



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme .....	68
Lampiran 2 Uji Referensi.....	72
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 4 Data Responden.....	82
Lampiran 5 Hasil Uji IBM SPSS 24 .....	91
Lampiran 6 Buku Bimbingan.....	104
Lampiran 7 Formulir Pendaftaran Ujian Skripsi.....	105
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	106

