

**DETERMINASI MINAT BELI DAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN : ANALISIS DIGITAL MARKETING DAN
KUALITAS PELAYANAN PADA KEDAI KOPI FLOS
CIBITUNG**

SKRIPSI

Oleh :

Maula Danil Syah

202010325034



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Proposal Skripsi : Determinasi Minat Beli Dan Keputusan
Pembelian : Analisis Digital Marketing Dan
Kualitas Pelayanan Pada Kedai Kopi Flos
Cibitung

Nama Mahasiswa : Maula Danil Syah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325034

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 31 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM

Dr. Muhammad Asif Khan, BA., LLB., LLM

NIDN. 0012016601

NIDN. 0303038004

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Determinasi Minat Beli dan Keputusan
Pembelian : Analisa Digital Marketing dan
Kualitas Pelayanan Pada Kedai Kopi Flos
Cibitung

Nama Mahasiswa : Maula Danil Syah

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325034

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Juli 2024

Jakarta, 31 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA
NIDN. 0326126102

Sekretaris tim : Dr. Heni Rohaeni, S.Sos, M.Si.
Penguji : NIDN. 0314068202

Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM
NIDN. 0012016601

Ketua Program Studi
Manajemen

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

MENGETAHUI,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul “Determinasi Minat Beli dan Keputusan Pembelian : Analisis Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Pada Kedai Kopi Flos Cibitung.” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh 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 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 mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 31 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Maula Danil Syah

202010325034

ABSTRAK

Maula Danil Syah, 202010325034 Determinasi Minat Beli dan Keputusan Pembelian : Analisis Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Pada Kedai Kopi Flos Cibitung

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antar variabel Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Kedai Kopi Flos Cibitung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana dengan melakukan teknik incidental/ Asidental sampling untuk sebagai cara pengambilan sampel. Dalam penelitian ini menggunakan 200 responden untuk digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini, dimana dalam penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dengan penyebaran kuesioner kepada konsumen kedai flos Cibitung. Hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan menunjukan bahwa: 1) *Digital Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Minat beli, 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, 3) *Digital Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 4) Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, 5) Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

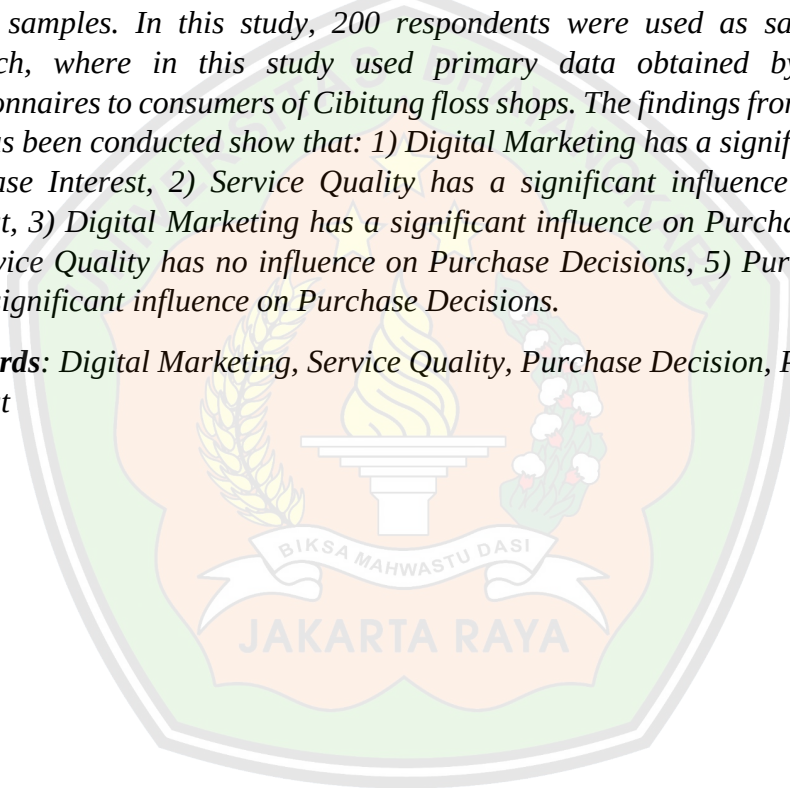
Kata Kunci : *Digital Marketing*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Minat Beli

ABSTRACT

Maula Danil Syah, 202010325034. Determination of Purchase Interest and Purchase Decisions: Analysis of Digital Marketing and Service Quality at the Flos Cibitung Coffee Shop

This research aims to determine the influence of the relationship between Digital Marketing variables and Service Quality on Purchase Interest and Purchase Decisions at Flos Cibitung Coffee Shop. The method used in this research is a quantitative method, which uses an incidental sampling technique as a way of taking samples. In this study, 200 respondents were used as samples in this research, where in this study used primary data obtained by distributing questionnaires to consumers of Cibitung floss shops. The findings from the research that has been conducted show that: 1) Digital Marketing has a significant effect on Purchase Interest, 2) Service Quality has a significant influence on Purchase Interest, 3) Digital Marketing has a significant influence on Purchase Decisions, 4) Service Quality has no influence on Purchase Decisions, 5) Purchase Interest has a significant influence on Purchase Decisions.

Keywords: *Digital Marketing, Service Quality, Purchase Decision, Purchase Interest*



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Determinasi Minat Beli dan Keputusan Pembelia : Analisis Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Flos Cibitung”. Tujuan penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan Program Studi Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penyusunan penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) 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 Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM. Selaku Dosen Pembimbing I peneliti yang telah menyediakan waktu, pikiran serta selalu memberikan pengarahan hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak Dr. Muhammad Asif Khan, LLB., MA. Selaku Dosen Pembimbing II peneliti yang telah menyediakan waktu, pikiran serta selalu memberikan pengarahan hingga selesainya skripsi ini.

6. Bapak Dr. Andrian S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu selama perkuliahan.
7. 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.
8. Kepada (Alm) Papah dan Mamah saya yang selalu memberikan dukungan baik dalam doa maupun materi. Serta selalu menguatkan penulis untuk tetap tegar menjalani hidup ini :)
9. Untuk Fardha Silva S.Ak yang telah menemani selama penulisan skripsi ini serta memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
10. Untuk teman teman peneliti yang namanya tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan, selama masa perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak.

Jakarta, 31 Juli 2024



Maula Danil Syah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Batasan Masalah.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II.....	15
TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 Telaah Teoritis	15
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	15
1. Pengertian Keputusan Pembelian	15
2. Faktor Pendukung Keputusan Pembelian	16
3. Dimensi Keputusan Pembelian.....	16
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.1.2 Minat Beli	17
1. Pengertian Minat Beli.....	17
2. Dimensi Minat Beli	18
3. Indikator Minat Beli.....	19
2.1.3 <i>Digital Marketing</i>	20
1. Pengertian <i>Digital Marketing</i>	20
2. Dimensi <i>Digital Marketing</i>	21

3. Indikator <i>Digital Marketing</i>	22
2.1.4. Kualitas Pelayanan	23
1. Pengertian Kualitas Pelayan	23
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	24
3. Indikator Kualitas Pelayanan.....	24
2.2 Telaah Empiris	25
2.3 Pengaruh Antar Variabel	29
2.3.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Beli	29
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli.....	29
2.3.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.3.5 Minat Beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian	31
2.4 Kerangka Konseptual	32
2.5 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2 Objek dan Waktu Penelitian.....	33
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.4.1 Teknik Penentuan Jumlah Sampel.....	34
3.5 Jenis dan Sumber Data	35
3.6 Model Konseptual	35
3.7 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	36
3.8 Metode analisis data dan pengujian hipotesis.....	41
3.8.1 Teknik Analisis Data SEM PLS	41
3.8.2 Pengukuran Outer Model.....	41
3.8.3 Pengukuran Inner Model	42
3.8.4 Uji Hipotesis.....	43
BAB IV.....	44
HASIL DAN PEMBAHASAN	44

4.1	Gambaran Umum Perusahaan	44
4.1.1	Profil Perusahaan.....	44
4.1.2	Lokasi Perusahaan.....	45
4.1.3	Logo Kedai Flos Cibitung	45
4.2	Deskripsi Data.....	45
4.2.1	Karakteristik Responden	45
4.3	Hasil Analisis Data.....	49
4.3.1	Skema Model Partial Least Square.....	49
4.3.2	Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Model).....	49
4.3.3	Hasil Analisi Model Pengukuran (Inner Model).....	56
4.3.4	Hasil Uji Hipotesis dan Interpretasi Hasil.....	58
4.4	Pembahasan.....	61
4.4.1	Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Beli	62
4.4.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli	63
4.4.3	Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian.....	64
4.4.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.4.5	Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	66
BAB V		67
PENUTUP		67
5.1	Kesimpulan	67
5.3	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		71
LAMPIRAN		76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Kedai Kopi Flos	4
Tabel 1. 2 Data Hasil Pra Survey	9
Tabel 2. 1 Telaah Empiris	24
Tabel 3. 1 Skala Likert	35
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Penelitian.....	36
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4. 4 Hasil Outer Model (Loading Faktor).....	49
Tabel 4. 5 Hasil Outer Model Tahap 2	52
Tabel 4. 6 Hasil Cross Loading	53
Tabel 4. 7 Hasil Composite Reliability	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji R Square.....	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji Q Square	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Hipotesis	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tren Konsumsi Kopi dan pertumbuhan Kedai Kopi	2
Gambar 1. 2 Grafik Data Penjualan Kedai Kopi Flos	4
Gambar 1. 3 Digital Marketing Kedai Flos	6
Gambar 1. 4 Kualitas Pelayanan Kedai Flos	7
Gambar 1. 5 Grafik Hasil Prariset	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 3. 1 Model Konseptual.....	34
Gambar 4. 1 Logo Kedai Flos	44
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Gambar 4. 5 Skema Model PLS	48
Gambar 4. 6 Outer Model.....	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiat.....	77
Lampiran 2 Uji Referensi.....	79
Lampiran 3 Lembar Kuesioner	87
Lampiran 4 Tabulasi Data.....	94
Lampiran 5 Uji SmartPLS.....	115
Lampiran 6 Buku Bimbingan.....	120

