

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *ZIKA FASHION HOUSE*
TANJUNGPINANG**

**DINA NURAFNIA
NIM. 190461201001**



**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS MARITIM
UNIVERSITAS MARITIM RAJA ALI HAJI
TANJUNGPINANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Dina Nurafnia
Nim : 190461201001
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Maritim
Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing, Word Of Mouth* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Zika Fashion House* Tanjungpinang

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dosen penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelas sarjana Manajemen (S.M) pada program Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Hj. Iranita, S.E., M.Si.
NIP: 197008272021212003

Abdul Jalal, S.E., M.Si.
NIP.198508222019031012

Panitia Penguji

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Risdy Absari Indah Pratiwi, S.E., M.Si</u> NIP: 199012132018032001	Ketua Penguji		3/8-23
<u>Hj. Iranita, S.E., M.Si.</u> NIP: 197008272021212003	Penguji I		3/8 2023
<u>Bunga Paramita, S.E., M.Si.</u> NIDN: 0012018402	Penguji II		1/8 2023
<u>Abdul Jalal, S.E., M.Si.</u> NIP.198508222019031012	Penguji III		3/8 23
<u>Ezky Tivasiningsih, S.E., M.Si.</u> NIP: 199202052022032010	Penguji IV		08/08-23

Tanggal Lulus: 31 Juli 2023

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr.Hj.Aasmaul Husna, S.E., Ak., MM.,CA.
NIDN:1001077101

Abdul Jalal, S.E., M.Si.
NIP.198508222019031012

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Dina Nurafnia
Nim : 190461201001
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing, Word Of Mouth* Dan
Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian
Pada *Zika Fashion House* Tanjungpinang
Disetujui untuk digunakan dalam mengajukan Sidang Skripsi.

Tanjungpinang, 14 Juli 2023

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Hj. Iranita, SE., M.Si
NIP. 197008272021212003

Abdul Jalal, SE., M.Si
NIP. 198508222019031012

Mengetahui

Ketua Program Studi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Maritim
Universitas Maritim Raja Ali Haji



Abdul Jalal, SE., M.Si
NIP. 198508222019031012

KATA PENGANTAR

Penulis awali dengan ucapan Alhamdulillah Robbil ‘Alamin, segala puji bagi Allah SWT. Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa pencerah dalam kehidupan seluruh umat manusia. Tujuan dari penyusunan skripsi ini guna untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I (S1) Program Studi Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji Kepulauan Riau.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan dari berbagai pihak. Dengan kerendahan dan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

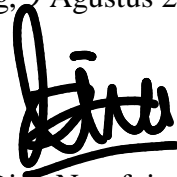
1. Kedua orang tua penulis yaitu Ayahanda Aprizal dan Ibunda Ani yang telah memberikan do'a dan dukungan baik secara moril maupun materil. Kepada Adik kandung penulis yaitu Helmy Hidayat yang selalu memberikan semangat serta dukungan yang tiada henti.
2. Bapak Prof. Dr. Agung Dhamar Syakti, DEA, selaku Rektor Universitas Maritim Raja Ali Haji.
3. Ibu Dr. Asmaul Husna, S.E, Ak., MM.CA, selaku Dekan Universitas Maritim Raja Ali Haji.
4. Bapak Abdul Jalal, S.E, M.Si, selaku Kepala Jurusan Manajemen Universitas Maritim Raja Ali Haji.

5. Ibu Hj. Iranita, S.E., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi, serta kemudahan bagi penulis, sehingga penelitian skripsi ini selesai dengan baik.
6. Bapak Abdul Jalal, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi, dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Bapak Akhirman, S.Sos., M. M, selaku Dosen Pembimbing Akademik dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan studi.
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang telah memberikan dan mengajarkan dengan ikhlas sehingga penulis mendapatkan ilmu pengetahuan yang nantinya bermanfaat bagi penulis dan masyarakat dalam perjalanan hidup dunia maupun di akhirat.
9. Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan urusan administrasi hingga akhir masa perkuliahan.
10. Keluarga besar Alm atok Kamis dan Alm mbah Jordan yang telah memberikan doa,dukungan serta motivasi kepada penulis selama menempuh pendidikan.
11. Sahabat terbaik penulis Muwifa Nika yang selalu setia menjadi pendengar segala keluh kesah dan tak pernah henti memberikan dukungan serta motivasi untuk penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.

12. Sahabat terbaik penulis Nursafika dan Estiyani yang sudah mau berjuang bersama dari awal pendaftaran hingga sekarang. Melewati segala pahit dan manisnya halangan dan rintangan di tanah rantau.
13. Sahabat penulis yang kami sebut dengan grup DETIS, yang beranggotakan Sabrina Febriyanti, Suhartini, Nursafika, Friska Nilasari dan Sely Yuliana yang selalu kebersamai penulis dari awal maba hingga menyelesaikan tugas akhir bersama.
14. Sahabat rantauan yang kami sebut dengan grup URGENT yang beranggotakan, Sri Wahyuni, Muhammad Nurdin Andika, Nursafika, Isnaniah Fatmawati, Vanni, Suhartini, Siti Nur Fitri Dan Mohd Iltizam Syarofi yang telah menjadi keluarga di tanah rantau.
15. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Disamping itu penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, besar harapan penulis agar penelitian – penelitian selanjutnya lebih sempurna dalam melakukan penelitian yang serupa dalam penulisan maupun penyusunannya, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyusunan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Tanjungpinang, 9 Agustus 2023



Dina Nurafnia

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dina Nurafnia
Nim : 190461201001
Program Studi : MANAJEMEN
Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing, Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada *Zika Fashion House* Tanjungpinang

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, Baik di Universitas Maritim Raja Ali Haji maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Maritim Raja Ali Haji.

Tanjungpinang, 9 Agustus 2023
Yang membuat pernyataan



Dina Nurafnia
NIM. 19046120101001

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
ABSTRAK.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Pembatasan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Sistematika Penelitian	12
BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	14

2.1 Kajian Pustaka	14
2.1.1 <i>Digital Marketing</i>	14
2.1.2 <i>Word Of Mouth</i>	20
2.1.3 Kualitas Pelayanan	24
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Review Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Pengembangan Hipotesis	38
2.4.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.4.2 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.4.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.4.4 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> , <i>Word Of Mouth</i> , dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian..	40
2.5 Hipotesis.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Objek Dan Ruang Lingkup Penelitian	42
3.1.1 Objek Penelitian.....	42
3.1.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian	43
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian	43

3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	46
3.4.1 Populasi	46
3.4.2 Sampel	46
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.5 Prosedur Pengumpulan Data.....	48
3.6 Metode Analisis.....	49
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	50
3.6.2 Uji Kualitas Data	51
3.6.2.1 Uji Validitas	51
3.6.2.2 Uji Reabilitas	51
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	52
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	52
3.6.3.2 Uji Multikolinieritas.....	52
3.6.3.3 Heteroskedastisitas	53
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
3.6.5 Pengujian Hipotesis.....	54
3.6.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	54
3.6.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	55
3.6.5.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Umum Butik.....	57
4.1.2 Struktur Organisasi.....	58

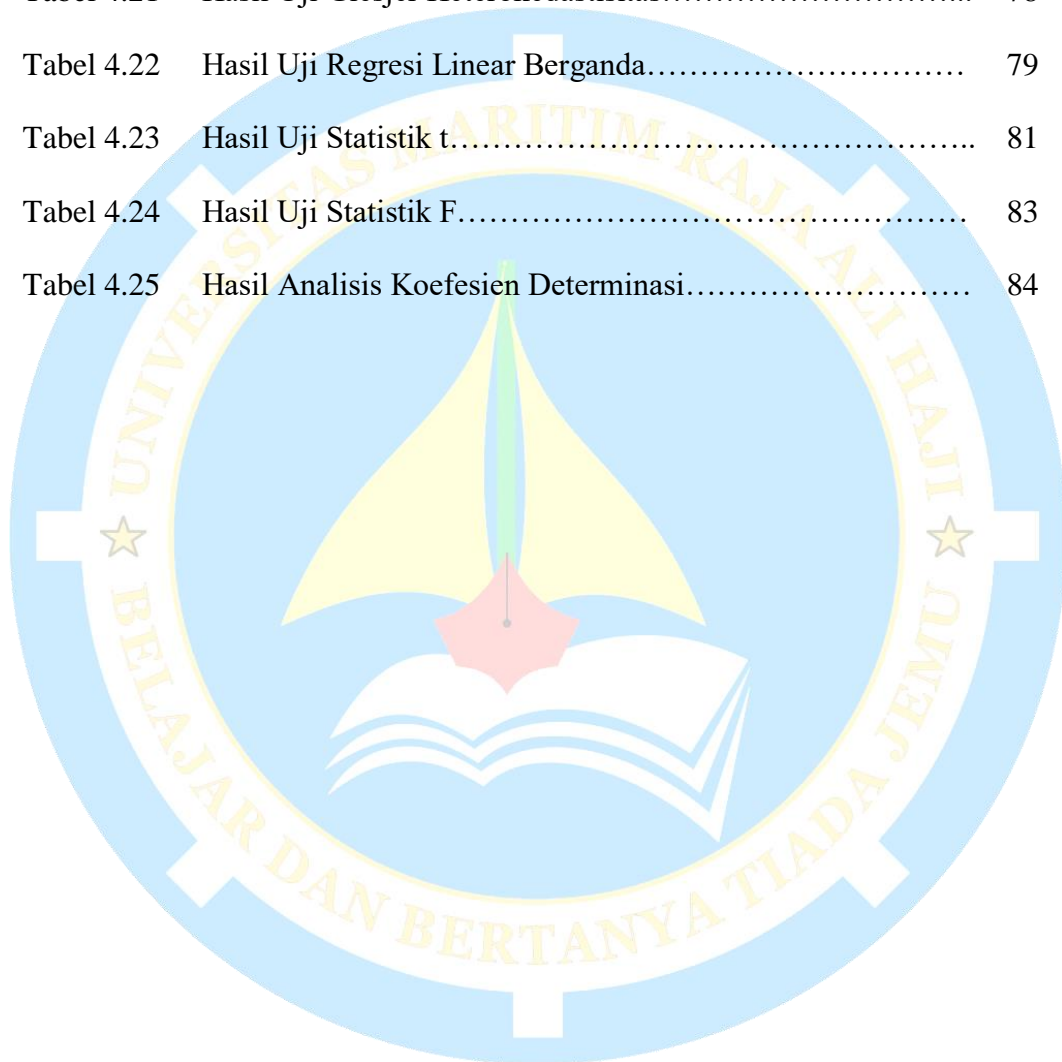
4.1.3	Visi Dan Misi Zika <i>Fashion House</i> Tanjungpinang...	58
4.1.3.1	Visi Zika <i>Fashion House</i> Tanjungpinang....	58
4.1.3.2	Misi Zika <i>Fashion House</i> Tanjungpinang....	58
4.1.4	Distribusi Responden.....	58
4.2	Gambaran Umum Responden.....	59
4.2.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	59
4.2.3	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.2.4	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.2.5	Berdasarkan Berapa Kali Pembelian Di Zika <i>Fashion House</i>	62
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
4.4	Hasil Penelitian.....	69
4.4.1	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	69
4.4.2	Pengujian Kualitas Data.....	70
4.4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	70
4.4.2.2	Uji Reliabilitas.....	72
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	75
4.4.3.1	Uji Normalitas.....	75
4.4.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
4.4.3.3	Uji Heterokedastisitas.....	77
4.4.4	Hasil Uji Hipotesis.....	79
4.4.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
4.4.5	Pengujian Hipotesis.....	80

4.4.5.1 Hasil Uji Statistik t.....	80
4.4.5.2 Hasil Uji Statistik F.....	82
4.4.6 Pengujian Koefesien Determinasi.....	84
4.5 Pembahasan Hipotesis.....	85
4.5.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.5.2 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	86
4.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	87
4.5.4 Pengaruh <i>Digital Marketing, Word Of Mouth,</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	93
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

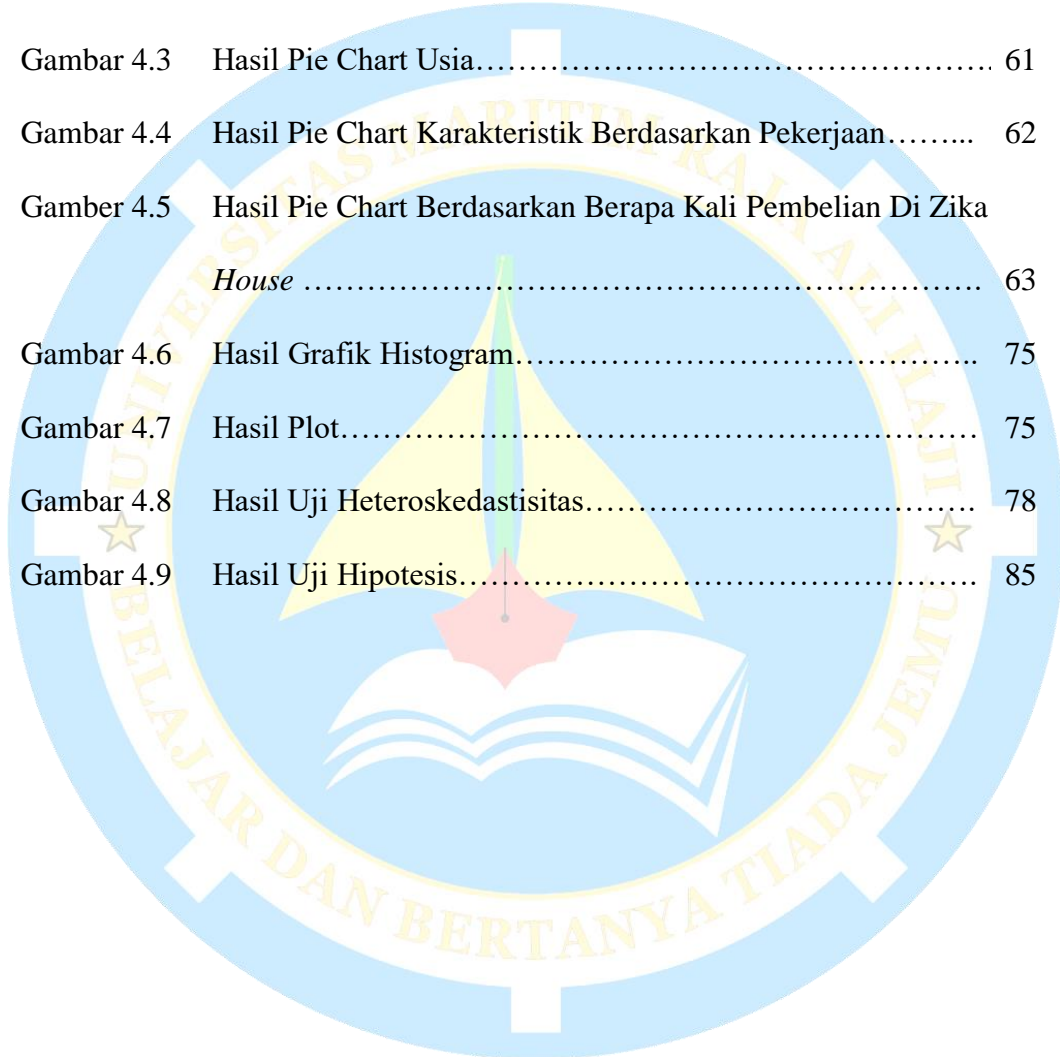
No Tabel	Uraian	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Penduduk Kota Tanjungpinang.....	2
Tabel 1.2	Data Produk Yang Soulout Tahun 2022.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	44
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i> Pada Penelitian.....	50
Tabel 4.1	Distribusi Responden.....	59
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.4	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4.5	Berdasarkan Berapa Kali Pembelian Di <i>Zika Fashion House</i>	62
Tabel 4.6	Deskripsi Variabel <i>DigitalMarketing</i>	63
Tabel 4.7	Deskripsi Variabel <i>Word Of Mouth (X2)</i>	65
Tabel 4.8	Deskripsi Kualitas Pelayanan (X3).....	66
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel 4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	69
Tabel 4.11	Hasil Validitas <i>Digital Marketing</i>	70
Tabel 4.12	Hasil Validitas <i>Word Of Mouth</i>	71
Tabel 4.13	Hasil Validitas Kualitas Pelayanan.....	71
Tabel 4.14	Hasil Validitas Keputusan Pembelian.....	72
Tabel 4.15	Hasil Reliabilitas Variabel <i>Digital Marketing</i>	73
Tabel 4.16	Hasil Uji Variabel Reliabilitas <i>Word Of Mouth</i>	73

Tabel 4.17	Hasil Uji Variabel Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	74
Tabel 4.18	Hasil Uji Variabel Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.19	Hasil Uji One-Sampel <i>Kolmogrof-Simirnov</i>	76
Tabel 4.20	Hasil Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.21	Hasil Uji Glesjer Heterokedastisitas.....	78
Tabel 4.22	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 4.23	Hasil Uji Statistik t.....	81
Tabel 4.24	Hasil Uji Statistik F.....	83
Tabel 4.25	Hasil Analisis Koefesien Determinasi.....	84



DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Uraian	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Zika Fashion House Tanjungpinang....	58
Gambar 4.2	Hasil Pie Chart Jenis Kelamin.....	60
Gambar 4.3	Hasil Pie Chart Usia.....	61
Gambar 4.4	Hasil Pie Chart Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Gambar 4.5	Hasil Pie Chart Berdasarkan Berapa Kali Pembelian Di Zika <i>House</i>	63
Gambar 4.6	Hasil Grafik Histogram.....	75
Gambar 4.7	Hasil Plot.....	75
Gambar 4.8	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	78
Gambar 4.9	Hasil Uji Hipotesis.....	85



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Demografi Responden
- Lampiran 3 Pengujian Kualitas Data
- Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
- Lampiran 6 Dokumentasi

