



**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*,
KUALITAS LAYANAN, LABEL HALAL, *CELEBRITY*
ENDORSER, DAN PENGETAHUAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SUPERMI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh

DITA NOVITA SARI

41220006

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU
2024**



**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*,
KUALITAS LAYANAN, LABEL HALAL, *CELEBRITY*
ENDORSER, DAN PENGETAHUAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SUPERMI**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh

DITA NOVITA SARI

41220006

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
BUMIAYU
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**PENGARUH *DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, KUALITAS LAYANAN, LABEL HALAL, CELEBRITY ENDORSER, DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUPERMI***”

Oleh

Nama : DITA NOVITA SARI

NIM : 41220006

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 16 Bulan Juli Tahun 2024

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Dr. Qori Al Banin., S.E., M.Si

NIDN. 0607098601

Dosen Penguji I

Adi Susanto., S.H., S Pd., M.M

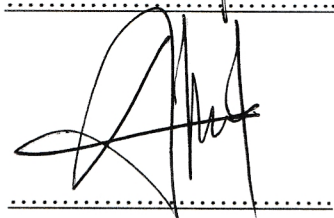
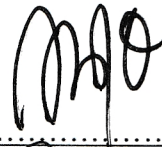
NIDN. 0602028302

Dosen Penguji II

Mukhroji., S. E., M.M

NIDN. 0621058902

Tanda Tangan



Diterima dan disahkan Pada

tanggal

Dekan

Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Mukhroji., S.E., M.M

NIPY. 16.02.120

Ketua

Program Studi S1 Manajemen



Sarah Dien Hawa., S.E.,M.Si

NIPY. 10.01.101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dita Novita Sari

NIM : 41220006

Jurusan : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini merupakan karya orisinal saya sepenuhnya dan tidak ada bagian dari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai milik saya, kecuali disebutkan secara tertulis dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar pustaka.

Jika di kemudian hari nanti terungkap atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat, saya siap menerima konsekuensi berupa pencabutan akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Dita Novita Sari
NIM.41220006

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT, karena dengan izin serta rahmat-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi merupakan sebuah langkah yang harus ditempuh untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Penulis menyadari betul bahwa skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak sejak masa perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada:

1. Bapak Dr. Moh. Kadarisman., S.H., M.Si. selaku Rektor Universitas Peradaban
2. Bapak Mukhroji., S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban sekaligus selaku dosen penguji II yang telah memberikan banyak masukan yang bermanfaat demi perbaikan penulisan skripsi ini
3. Ibu Sarah Dien Hawa S.E., M.Si. selaku ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban
4. Ibu Dr. Qori Al Banin., S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, telah dengan penuh dedikasi meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberi masukan berharga dalam proses penulisan skripsi ini
5. Bapak Adi Susanto., S.H., S.Pd., M.M. selaku dosen penguji I yang telah memberikan banyak masukan yang bermanfaat demi perbaikan penulisan skripsi ini
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Terima kasih atas pengalaman dan pengetahuan yang telah didapatkan penulis selama

menyelesaikan studi ini

7. Karyawan dan staff Universitas Peradaban yang dengan ramah memberikan pelayanan kepada mahasiswa
8. Bapak Wito Kristanto dan Ibu Siti Sopuroh selaku orang tua penulis yang tiada henti memberikan do'a, dukungan serta materiil kepada penulis hingga terselesaikannya studi ini
9. Seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan do'a dan dukungan kepada penulis
10. *I want to say more thanks to myself, you are great, you are strong, to have reached the stage where this is one of your greatest achievements, even for your parents. You still have a long way to go, keep up the enthusiasm, I'm proud of myself*
11. Teman-teman program studi S1 Manajemen angkatan 2020 yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih untuk kebersamaan dan keceriaan yang kita cipta selama perjalanan pendidikan di Universitas Peradaban.
12. Responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sebagai bahan dalam penelitian ini
13. Seluruh pihak yang bersedia memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini, namun tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, semoga Allah senantiasa membalas seluruh kebaikan yang semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan, Agustus 2024

Penulis,

Dita Novita Sari
NIM.41220006

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh *digital marketing*, *word of moth*, kualitas layanan, label halal, *celebrity endorser*, dan pengetahuan produk terhadap keputusan pembelian pada mie instan supermi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Data penelitian diperoleh dengan menyebar kuesioner kepada 97 responden melalui *google form*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *digital marketing*, *word of mouth*, kualitas layanan, label halal, *celebrity endorser* dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie instan supermi.

Kata kunci: *digital marketing*, *word of mouth*, kualitas layanan, label halal, *celebrity endorser*, pengetahuan produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research aims to determine and test the influence of digital marketing, word of mouth, service quality, halal labels, celebrity endorsers, and product knowledge on purchasing decisions for Supermi instant noodles. The research method used is a quantitative method. The sampling technique uses a non-probability sampling technique using the accidental sampling method. Research data was obtained by distributing questionnaires to 97 respondents via Google Form. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS. The research results show that the variables digital marketing, word of mouth, service quality, halal label, celebrity endorser and product knowledge have a positive and significant effect on purchasing decisions for Supermi instant noodles.

Keywords: *digital marketing, word of mouth, service quality, halal label, celebrity endorser, product knowledge, purchasing decisions.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II. TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN .	11
A. Telaah Pustaka.....	11
B. Perumusan Model Penelitian.....	27
BAB III. METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	38
A. Metode Penelitian	38
B. Teknik Analisis Data	49
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	58

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
B. Analisis Data dan Pembahasan.....	63
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran	99
C. Keterbatasan Penelitian	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Top Brand Indeks</i> Supermi Tahun 2021 - 2023	3
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. Skor Skala Likert	51
Tabel 4. Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 5. Kriteria Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 6. Kriteria Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	63
Tabel 7. Uji Validitas	64
Tabel 8. Uji Reliabilitas	66
Tabel 9. Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	66
Tabel 10. Analisis Deskriptif <i>Digital Marketing</i> (X1).....	68
Tabel 11. Analisis Deskriptif <i>Word of Mouth</i> (X2)	70
Tabel 12. Analisis Deskriptif Kualitas Layanan (X3).....	71
Tabel 13. Analisis Deskriptif Label Halal (X4).....	73
Tabel 14. Analisis Deskriptif <i>Celebrity Endorser</i> (X5).....	74
Tabel 15. Analisis Deskriptif Pengetahuan Produk (X6).....	76
Tabel 16. Analisis Regresi Linier Berganda	78
Tabel 17. Uji F	81
Tabel 18. Koefisien Determinasi.....	82
Tabel 19. Uji Normalitas	83
Tabel 20. Uji Heteroskedastisitas.....	84
Tabel 21. Uji Multikolinieritas.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman.....	1
Gambar 2. Jumlah Konsumsi Mie Instan di Indonesia	2
Gambar 3. Uji Normalitas P-Plot.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y)	122
Lampiran 3. Tabulasi Data <i>Digital Marketing</i> (X1)	125
Lampiran 4. Tabulasi Data <i>Word of Mouth</i> (X2).....	128
Lampiran 5. Tabulasi Data Kualitas Layanan (X3)	131
Lampiran 6. Tabulasi Data Label Halal (X4).....	134
Lampiran 7. Tabulasi Data <i>Celebrity Endorser</i> (X5).....	137
Lampiran 8. Tabulasi Data Pengetahuan Produk (X6)	140
Lampiran 9. Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	143
Lampiran 10. Hasil Analisis Deskriptif <i>Digital Marketing</i> (X1).....	144
Lampiran 11. Hasil Analisis Deskriptif <i>Word of Mouth</i> (X2)	145
Lampiran 12. Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Layanan (X3).....	146
Lampiran 13. Hasil Analisis Deskriptif Label Halal (X4).....	147
Lampiran 14. Hasil Analisis Deskriptif <i>Celebrity Endorser</i> (X5).....	148
Lampiran 15. Hasil Analisis Deskriptif Pengetahuan Produk (X6).....	149
Lampiran 16. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	150
Lampiran 17. Hasil Uji Validitas <i>Digital Marketing</i> (X1).....	151
Lampiran 18. Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X2)	152
Lampiran 19. Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X3).....	153
Lampiran 20. Hasil Uji Validitas Label Halal (X4).....	154
Lampiran 21. Hasil Uji Validitas <i>Celebrity Endorser</i> (X5).....	155
Lampiran 22. Hasil Uji Validitas Pengetahuan Produk (X6).....	156
Lampiran 23. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	157

Lampiran 24. Hasil Uji Reliabilitas <i>Digital Marketing</i> (X1).....	157
Lampiran 25. Hasil Uji Reliabilitas <i>Word of Mouth</i> (X2)	158
Lampiran 26. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan (X3).....	158
Lampiran 27. Hasil Uji Reliabilitas Label Halal (X4)	159
Lampiran 28. Hasil Uji Reliabilitas <i>Celebrity Endorser</i> (X5)	159
Lampiran 29. Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk (X6).....	160
Lampiran 30. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	161
Lampiran 31. Hasil Uji Hipotesis	162
Lampiran 32. Hasil Uji Normalitas.....	164
Lampiran 33. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	165
Lampiran 34. Hasil Uji Multikolinieritas.....	166
Lampiran 35. Riwayat Hidup Penulis	167