



**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS
INFORMASI, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA SEPATU ADIDAS)**

SKRIPSI

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

Oleh :

MUHAMMAD AZMAN MAULANA

41218026

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS INFORMASI, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU ADIDAS**

Oleh

Nama : **MUHAMMAD AZMAN MAULANA**

NIM : **41218026**

Program Studi : **S1 Manajemen**

Fakultas : **Ekonomika dan Bisnis**

Telah dipertahankan di depan dewan penguji Skripsi pada tanggal **20** bulan **8** tahun **2022**

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Tim Penguji/Pembimbing

Mukhroji, S.E., M.M

NIDN. 0621058902

Dosen Penguji I

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

NIDN. 0602028302

Dosen Penguji II

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

NIDN. 0622059001

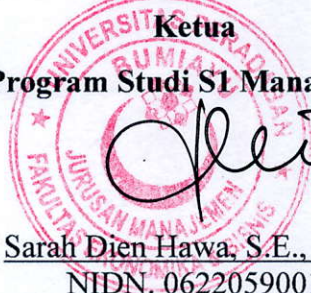
.....
.....
.....

Diterima dan disahkan

pada tanggal **6 - September 2022**

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Mukhroji, S.E., M.M.
NIDN. 0621058902

Ketua
Program Studi S1 Manajemen

Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si.
NIDN. 0622059001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Azman Maulana

NIM : 41218026

Program Studi : S-1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya dan bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang saya peroleh terkait dengan skripsi ini.

Paguyangan, 6 - 9 2022

Yang membuat pernyataan



Muhammad Azman Maulana

NIM. 41218026

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S-1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi terutama kepada:

1. Bapak Dr. Muh. 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 dosen pembimbing skripsi yang telah banyak membantu tenaga dan pikiran untuk membimbing dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.
4. Bapak Adi Susanto, S.Pd., S.E., M.M. dan (Penguji I) selaku dosen penguji.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan dan membekali banyak pengetahuan kepada penulis, serta segenap Staf Universitas Peradaban yang telah memberikan layanan kepada penulis.

6. Ayahanda Kasmanto dan Ibunda Siti Rokhimah yang telah memberikan segalanya baik materi, doa, kasih sayang, motivasi, bimbingan, kesabaran yang takkan tergantikan dengan apapun.
7. Kakak dan adik penulis tercinta terimakasih atas dukungan dan doanya.
8. Keluarga besar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Peradaban Angkatan 2018.
9. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas dan merahmati setiap langkah mereka dengan kebaikan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua, atas kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini penulis haturkan banyak-banyak terima kasih.

Paguyangan, 2022

Penulis,

Muhammad Azman Maulana

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran digital, kualitas informasi, kepercayaan, dan kemudahan konsumen terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 orang. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan rumus Rao Purba. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, dan uji instrumen dengan bantuan SPSS v.22. Hasil menunjukkan bahwa kompensasi berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan. Pemasaran Digital berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kualitas Informasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kemudahan konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Kualitas informasi, Kepercayaan, Kemudahan konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of digital marketing, information quality, trustworthiness, and consumer convenience on purchasing decisions for Adidas shoes. The sample in this study amounted to 96 people. This sampling technique uses a non-probability sampling technique using the Rao Purba formula. The data analysis technique in this study was carried out using descriptive analysis methods, classical assumption tests, multiple linear regression, and instrument tests with the help of SPSS v.22. The results show that compensation has a positive effect on employee performance. Digital Marketing has a positive effect on purchasing decisions. Information quality has a positive effect on purchasing decisions. Trust has a positive effect on purchasing decisions. Consumer convenience has a positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Digital Marketing, Information Quality, Trust, Consumer Convenience, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PERUMUSAN MODEL PENELITIAN.....	8
A. Telaah Pustaka	8
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Perumusan Hipotesis	21
D. Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIS ANALISIS DATA	26
A. Metode Penelitian.....	26
B. Teknis Analisis Data	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42

B. Analisis Data dan Pembahasan	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
A. KESIMPULAN	68
B. SARAN	69
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand Index 2019-2021	2
Tabel 2. Daftar Harga Penjualan Sepatu	3
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. Responden berdasarkan jenis kelamin	44
Tabel 5. Responden berdasarkan pendidikan.....	44
Tabel 6. Reponden berdasarkan umur.....	45
Tabel 7. Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 8. Hasil Uji Reabilitas	48
Tabel 9. Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	48
Tabel 10. Jawaban responden untuk variabel pemasaran ditigal (X1).....	50
Tabel 11. Jawaban responden untuk variabel kualitas informasi (X2)	51
Tabel 12. Jawaban responden untuk variabel kepercayaan (X3).....	52
Tabel 13. Jawaban responden untuk variabel kemudahan konsumen (X4)	53
Tabel 14. Hasil Regresi Berganda.....	55
Tabel 15. Hasil Uji F	57
Tabel 16. Hasil Koefisien Determinasi	58
Tabel 17. Hasil Uji Normalitas Kolmogorof-Smirnov	59
Tabel 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 19. Hasil Uji Multikolinieritas	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Penjualan Sepatu Adidas 2020-2021	3
Gambar 2. Kerangka pemikiran	25
Gambar 3. Pola Grafik Scatterplot	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	74
Lampiran 2. Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y)	79
Lampiran 3. Tabulasi Data Pemasaran Digital (X1).....	82
Lampiran 4. Tabulasi Data Kualitas Informasi (X2)	85
Lampiran 5. Tabulasi Data Kepercayaan (X3)	88
Lampiran 6. Tabulasi Data Kemudahan Konsumen (X4).....	91
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	94
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Pemasaran Digital (X1)	95
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi (X2)	96
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X3).....	97
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Konsumen (X4)	98
Lampiran 12. Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	99
Lampiran 13. Hasil Uji Reabilitas Variabel Pemasaran Digital (X1).....	100
Lampiran 14. Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Informasi (X2)	101
Lampiran 15. Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepercayaan (X3)	102
Lampiran 16. Hasil Uji Reabilitas Variabel Kemudahan Konsumen (X4).....	103
Lampiran 17. Hasil Uji Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y).....	104
Lampiran 18. Hasil Uji Analisis Deskriptif Pemasaran Digital (X1)	105
Lampiran 19. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kualitas Informasi (X2).....	107
Lampiran 20. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kepercayaan (X3).....	109
Lampiran 21. Hasil Uji Analisis Deskriptif Kemudahan konsumen (X4).....	110
Lampiran 22. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	111
Lampiran 23. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov	112
Lampiran 24. Hasil Uji Normalitas Histogram dan Normal P-Plot	113
Lampiran 25. Hasil Uji Multikolinieritas.....	114
Lampiran 26. Uji Heteroskedastisitas	115
Lampiran 27. Riwayat Hidup Penulis	116