

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH KONVENSIONAL MARKETING DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SR KITCHEN PALOPO

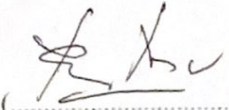
disusun dan diajukan oleh

Indah Anindita Khaerunnisa
201820098

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi pada tanggal 23 Juni 2022 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelas Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

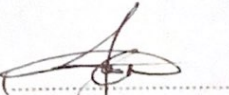
Susunan Dewan Penguji

Penguji : Edi Maszudi S.IP., M.M



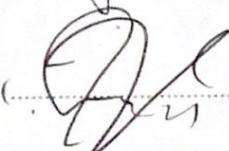
(.....)

Penguji : Jumawan Jusman, S.E., M.M



(.....)

Penguji : Muhammad Iqbal, S.E., M.M



(.....)

Ketua Program Studi Manajemen



Imran Ukas, S.E., M.M

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

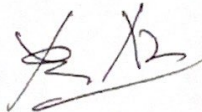
**PENGARUH KONVENSIONAL MARKETING DAN DIGITAL
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SR KITCHEN
PALOPO**

disusun dan diajukan oleh

INDAH ANINDITA KHAERUNNISA
201820098

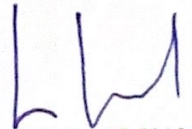
Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
Pada tanggal 23 Juni 2022

Pembimbing I ✓



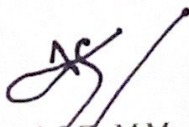
Edi Maszudi S.IP., M.M
NIDN. 0826047204

Pembimbing II



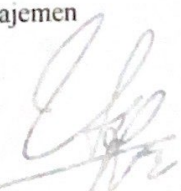
RAHMAD SOLLING HAMID, S.E., M.M
NIDN. 0903118601

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammaduyah Palopo



Hapid, S.E., M.M
NIDN. 0925036601

Ketua Program Studi
Manajemen



Imran Ukkas, S.E., M.M
NIDN. 0903048602

LEMBAR PERSETUJUAN

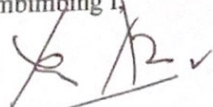
**PENGARUH KONVENSIONAL MARKETING DAN DIGITAL
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI SR KITCHEN PALOPO**

disusun dan diajukan oleh:

Indah Anindita Chairunnisa
201820098

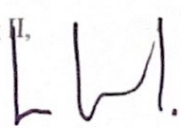
telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I,


EDI MASZUDI, S.IP., M.M
NIDN.0826047204

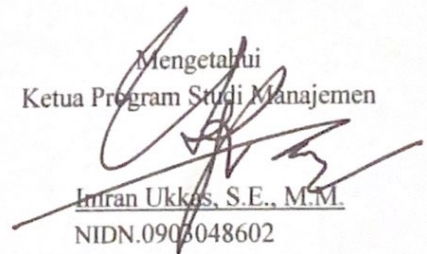
tanggal 15 Juni 2022

Pembimbing II,


RAHMAD SOLLING HAMID, S.E., M.M
NIDN.0903118601

tanggal 17 Juni 2022

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


Inran Ukkes, S.E., M.M.
NIDN.0903048602

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:
**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KONVENSIONAL
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SR KITCHEN
PALOPO**

dan diajukan untuk diuji pada tanggal 23 Juni 2022, adalah hasil karya saya. Saya juga menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini, tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkai kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat pemikiran diri penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat sebagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan kepada penulis aslinya. Apabila saya melakukan yang tersebut di atas secara sengaja maupun tidak, saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya tulisan saya sendiri. jika kemudian terbukti bahwa ternyata saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah itu hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Palopo, 22 Juni 2022

Memberi Pernyataan

Anindita Khaerunnisa

PAPER NAME

skripsi indah .docx

AUTHOR

indah anindita

WORD COUNT

9242 Words

CHARACTER COUNT

59358 Characters

PAGE COUNT

61 Pages

FILE SIZE

214.5KB

SUBMISSION DATE

Jun 17, 2022 10:27 AM GMT+7

REPORT DATE

Jun 17, 2022 10:29 AM GMT+7

● **39% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 39% Internet database

● **Excluded from Similarity Report**

- Publications database
- Crossref Posted Content database
- Small Matches (Less than 25 words)
- Crossref database
- Submitted Works database



PRAKATA

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Atas Rahmat dan Hidayahnya sehingga penelitian ini dan skripsi ini dapat terselesaikan **“Pengaruh Digital Marketing Dan Konvensional Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sr Kitchen Di Kota Palopo“** sholawat serta salam penulis mengirim kepada Nabi Muhammad SAW. Beserta para sahabat dan keluarga beliau yang telah memberikan tauladan dan menjalani kehidupan di dunia dan di akhirat. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar strata satu (S1) Universitas Muhammadiyah Palopo.

Selama penelitian dan penyusunan laporan yang ada dalam skripsi ini penulisan tidak luput dari kendala. Semua kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Edi Maszudi S.IP., M.Mselaku pembimbing pertama saya yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya untuk saya, bimbingan serta saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
2. Bapak Rahmad Solling Hamid S.E., M.Mselaku pembimbing kedua saya yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga untuk memberikan saya bimbingan serta saran dalam menyelesaikan skripsi.
3. Bapak Imran Ukkas, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.

4. Bapak Hapid, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf dosen Universitas Muhammadiyah Palopo, yang telah memberikan bekal ilmu kepada saya sebagai penulis.
6. Kedua orang tua saya Muh. Ridha Masri Bandaso S.E dan Andi Herlina Husain Hassan, yang selalu memberi saya semangat, terima kasih untuk semua yang telah kalian berikan, segala kesuksesan yang kuraih sampai saat ini adalah berkat doa-doa yang kalian panjatkan disetiap sujud malam kalian. Terima kasih ayah ibu atas semua harapan dan doa terbaik yang kalian panjatkan untukku.
7. Kepada saudara saya, sepupu, auntie saya yang cantik dan uncle saya yang ganteng yang memberikan saya semangat, bantuan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada teman seperjuangan di Program Studi Manajemen angkatan 2018, terima kasih kebersamaannya dan bantuannya selama menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman seperjuangan saya yaitu Ainun, Desy, dan Puja terima kasih sudah selalu membantu saya, support saya, dan mau berjuang bersama-sama hingga selesainya ujian skripsi.
10. Kepada teman saya yaitu Faizal Al Fatah, terima kasih sudah selalu temani saya kerja skripsi, dan membantu saya jika ada bagian yang saya tidak ketahui.

11. Terimakasih juga untuk kedai Epilog, karena disanalah saya selalu mengerjakan skripsi seharian.
12. Terima kasih juga kepada teman saya yaitu Adela Ainiyyah Calista, selalu memberikan saya support selama saya mengerjakan skripsi saya.
13. Dan untuk diri sendiri, terimakasih sudah menjadi seorang yang tidak pernah mengenal kata lelah untuk melakukan apa yang telah diselesaikan.

Semoga amal kebaikan yang telah diberikan dari semua pihak dengan penuh ketulusan menjadi pahala dan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis juga berharap skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya para pembaca pada umumnya, serta bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Konvensional Marketing* Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Di Sr Kitchen Palopo. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner yang disebarakan langsung kepada konsumen Sr Kitchen Palopo. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sr Kitchen Palopo dan penentuan sampel menggunakan *non random sampling* dengan total sampel 35 responden yang kembali. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa *konvensional marketing* berpengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian, dan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan dalam keputusan pembelian.

Kata kunci : *Konvensional Marketing, Digital Marketing, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of conventional marketing and digital marketing on purchasing decisions at Sr Kitchen Palopo. The data collection method used is the distribution of questionnaires which are distributed directly to the consumers of Sr Kitchen Palopo. The population in this study were Sr Kitchen Palopo consumers and the determination of the sample using non-random sampling with a total sample of 35 respondents who returned. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. Based on the results of multiple linear regression analysis shows that conventional marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions, and digital marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Low key : *Konventional Marketing, Digital Marketing, Buying decision*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN	6
1.1. Latar Belakang.....	6
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian	11
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.5. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1Konvensional marketing	13
2.1.2Pengertian Digital Marketing	15
2.1.3Sr Kitchen Palopo.....	17
2.1.4Usaha Mikro Keil dan Menengah (UMKM)	18
2.1.5Keputusan Pembelian.....	20
2.2. Hubungan Konvensional Marketing Dengan Sr Kitchen Palopo	22
2.3. Hubungan Digital Marketing Dengan Sr Kitchen Palopo	23
2.4. Review Penelitian Terdahulu	23
2.5. Kerangka Pikir	30
2.6. Hipotesis Penelitian	31
2.7. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Jenis, Objek, Lokasi, Dan Waktu Penelitian.....	33
3.1.1Jenis Penelitian	33

3.1.2	Objek Penelitian	33
3.1.3	Lokasi Dan Waktu Penelitian	34
3.2.	Populasi Dan Sampel	34
3.2.1	Populasi	34
3.2.2	Sampel	34
3.3.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
3.3.1	Variabel Independen (X)	35
3.3.2	Variabel Dependen (Y)	35
3.4.	Jenis Data dan Sumber Data	36
3.4.1	Jenis Data	36
3.4.2	Sumber Data	37
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	37
3.6.	Teknik Analisis Data	38
3.6.1	Uji Kualitas Data	38
3.6.2	Uji Normalitas	39
3.6.3	Analisi Regresi Linear Berganda	40
3.7.	Uji Hipotesis	40
3.7.1	Uji t	41
3.7.2	Uji Koefisien Determinasi	42
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1 Deskripsi Sr Kitchen Palopo.....		46
4.1.1	Profil Sr Kitchen Palopo	46
4.1.2	Deskripsi Data	46
4.2	Hasil Penelitian	50
4.2.1	Uji Validitas	50
4.2.2	Uji Reliabilitas	53
4.2.3	Uji Statistik Deskriptif	53
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	54
4.2.5	Pengujian Hipotesis	55
4.3	Pembahasan Penelitian	59
 BAB V PENUTUP		60
5.1	KESIMPULAN	60

5.2 SARAN	60
DAFTAR PUSTAKA	64
Lampiran	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. 1 Indikator Variabel	39
Tabel 4.1 Profil Hasil Kuisisioner Responden	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrument Konvensional Marketing	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrument Digital Marketing	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Instrument Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas Instrument	53
Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.8 Hasil Uji t	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 01 Kuisisioner	67
Lampiran 02 Hasil Jawaban Responden.....	69
Lampiran 03 Hasil Uji Statistik Deskriptif	72
Lampiran 04 Uji Validitas	81
Lampiran 05 Uji Realibilitas	84
Lampiran 06 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	85