

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA NEW NORMAL PADA
USAHA NURULHIJAB.ID**

disusun dan diajukan oleh

Nia Ramadhani

201720026

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi

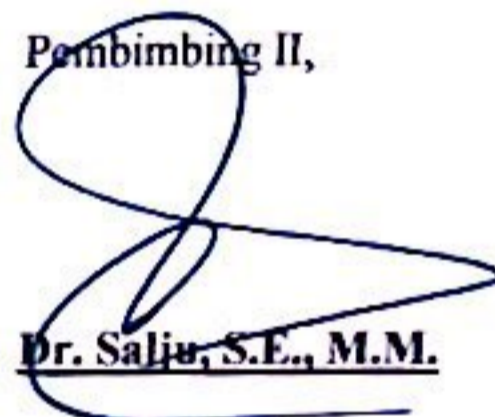
pada tanggal 14 Oktober 2021

Pembimbing I,



Prof. Dr. Suhardi M. Anwar., Drs., Ciqar

Pembimbing II,



Dr. Salju, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palopo



Dr. Antong, S.E., M.Si

Ketua

Program Studi Manajemen



Jumawan Jasman, S.E., M.M

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI

PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA NEW NORMAL PADA USAHA NURULHIJAB.ID

Disusun dan diajukan oleh

Nia Ramadhani


201720026

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi pada tanggal 14 Oktober 2021 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

Susunan Dewan Penguji

- | | | |
|------------|--|---------|
| 1. Penguji | : Prof. Dr. Subardi M.Anwar., Drs.,Ciqar . | (.....) |
| 2. Penguji | : Rahmad Solling Hamid, S.E., M.M. | (.....) |
| 3. Penguji | : Andika Rusli, S.E., M.Si. | (.....) |

Ketua Program Studi Manajemen



Jumawan Jasman, S.E.,MM

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nia Ramadhani

NIM : 201720026

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang disusun dengan judul :

PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA NEW NORMAL PADA NURULHIJAB.ID

Adalah benar-benar hasil karya tulisan saya dan bukan merupakan plagiat secara keseluruhan atau sebagian dari skripsi dan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan saya).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Palopo, 22 Juni 2023

Per:



Nia Ramadhani

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Data Pribadi

1. Nama Lengkap : Nia Ramadhani
2. Tempat Tanggal Lahir : Batulotong, 04 Januari 1999
3. Agama : Islam
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. Alamat Rumah/ Telp /Hp : Desa Batulotong, 082293602178

2. Nama Orang Tua

1. Nama Ayah : Suparmin
2. Nama Ibu : Husnah

3. Pendidikan

1. MI 43 Batulotong, Tamat Tahun 2011
2. SMPN 01 Larampong, Tamat Tahun 2014
3. SMAN 01 Larampong, Tamat tahun 2017

4. Organisasi

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen

PRAKATA

Puji syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadarirat Allah SWT yang maha kuasa atas karunia serta Hidayah-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang merupakan salah satu tugas akhir yang diberikan dan menjadi tanggung jawab sebagai mahasiswa tingkat akhir. Skripsi ini berjudul

“PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA NEW NORMAL PADA NURULHIJAB.ID”.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kebutuhan dalam meraih gelar sarjana Manajemen Program Strata Satu (S1) Universitas Muhammadiyah Palopo.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi masih banyak kekurangan dan kendala-kendala yang dihadapi, namun semua kekurangan dan kendala tersebut diatasi oleh penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua saya (Bapak Burhan dan Ibu Husna Husain) yang selalu mendoakan serta mendukung saya memberikan motivasi serta arahan demi kelancaran dan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Suhardi M. Anwar, Drs., Ciqar. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palopo.
3. Bapak Dr. Antong, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

4. Bapak Imran Jumawan Jasman S.E, M.M Selaku ketua prodi jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo.
5. Bapak Prof. Dr. Suhardi M. Anwar, Drs, Ciqar._Selaku pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktunya kepada penulis atas segala bimbingan, arahan serta saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
6. Bapak Dr. Salju, S.E,. M.M Selaku pembimbing kedua yang telah banyak meluangkan waktunya kepada penulis serta memberikan arahan serta saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Seluruh dosen dan staf akademik yang selalu membantu memberikan fasilitas, ilmu, pada penulis sehingga menunjang dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Kakak Nurul fajeriah Selaku Owner nurulhijab.id yang telah banyak membantu penulis.

Saat sebuah pertemuan berawal dengan kebaikn. Maka akhirilah sebuah pertemuan dengan perpisahan yang memiliki kenangan terindah. Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan, Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca.

Palopo, 22 Juni 2023

Nia Ramadhani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN ORISINIL	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah	7
1.3 Tujuan penelitian.....	7
1.4 Manfaat penelitian.....	7
1.5 Ruang lingkup penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	9
2.2 Digital Marketing.....	13
2.3 Keputusan Pembelian	20
2.4 Penelitian Terdahulu.....	23
2.5 Kerangka konseptual.....	30
2.6 Hipotesis.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	32

3.6 Definisi Oprasional	33
3.7 Analisis Data	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Perusahaan	37
4.2 Hasil Penelitian	37
4.3 Pembahasan	41
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	44
5.2. Saran	44
DAFTAR RUJUKAN	45
LAMPIRAN	47

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Penjualan nurulhijab.id	2
Table 2.1 penelitian terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional	33
Tabel 4.1 Hasil uji validitas	38
Tabel 4.2 Hasil uji realibilitas	39
Tabel 4.3 hasil uji regresi	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Determinasi	40
Tabel 4.5 hasil uji parsial	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pemasaran.....	10
Gambar 2.2 Kerangka konseptual	30

INTISARI

PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MEDIA SOSIAL DI ERA NEW NORMAL PADA USAHA NURULHIJAB.ID

Oleh
Nia Ramadhani

Pembimbing
Suhardi M. Anwar
Salju

Di zaman modern dimana seluruh aktivitas kita bisa dilakukan melalui digital, salah satu kegiatan yang kerap kali dilakukan melalui digitalisasi adalah jual beli seperti yang dilakukan oleh nurulhijab.id dengan memanfaatkan media sosial untuk melakukan kegiatan usahanya. Dalam sebuah usaha apalagi jual beli hal yang penting untuk diperhatikan adalah media pemasaran, dalam hal ini digital marketing. Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital marketing (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Populasi dan sampel pada penelitian adalah jumlah pembelian yang dilakukan secara online pada usaha nurulhijab.id, metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda menggunakan SPSS versi 24 menghasilkan bahwa digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai uji t diperoleh hasil bahwa nilai t hitung sebesar 10,229 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,013 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji determinasi diperoleh nilai sebesar 0,611 atau 61,1%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu digital marketing terhadap variabel dependen keputusan pembelian sebesar 61,1%. Sedangkan sisanya 38,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : kompetensi, motivasi, kinerja karyawan