

DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INVESTASI EMAS DIGITAL DI PT PEGADAIAN UPC KALIABANG PAKU BEKASI

SKRIPSI

ISMAIL

2117 0000 201



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2022

DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INVESTASI EMAS DIGITAL DI PT PEGADAIAN UPC KALIABANG PAKU BEKASI

SKRIPSI

ISMAIL

2117 0000 201



SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

***DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INVESTASI EMAS
DIGITAL DI PT PEGADAIAN UPC KALIABANG PAKU BEKASI***

Disusun sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta adalah karya dan buatan saya sendiri, bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya sebagaimana semestinya

Jakarta, 9 Februari 2022



ISMAIL

NPK 2117 0000 201

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INVESTASI EMAS
DIGITAL DI PT PEGADAIAN UPC KALIABANG PAKU BEKASI

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan DR.Gatot Prabantoro, SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE).

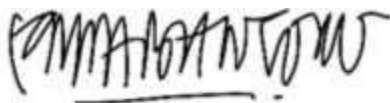
Jakarta, 9 Februari 2022

Menyetujui

Pembimbing

Mengetahui

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



DR.Gatot Prabantoro, SE., MM



digitally signed

Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc


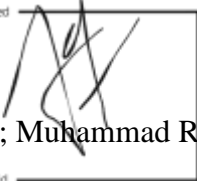
HALAMAN PENGESAHAN


Skripsi dengan judul :

DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INVESTASI EMAS
DIGITAL DI PT PEGADAIAN UPC KALIABANG PAKU BEKASI

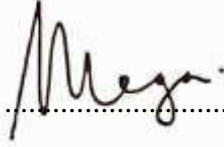
Telah diuji dalam suatu sidang Skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 9 Februari 2022 dengan nilai **A**

Panitia Ujian Skripsi

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc.

(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)

 ; DR. Gatot Prabantoro, SE., MM
(Pembimbing I)

3.  ; Ir. Ginanjar Syamsuar, ME

4.  ; Megayani, SE., MM
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian, persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skrpsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. DR.Gatot Prabantoro, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membantu,mengarahkan, mengomentari, dan memberi solusi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta
3. Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Kedua orang tua dan keluarga saya yang selalu memberi dukungan dan motivasi agar segera menyelesaikan skripsi.
6. Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
7. teman seperjuangan skripsi yang telah membantu dan saling memberikan informasi selama penulis mengerjakan penelitian ini.

8. Senior di tempat kerja yang sudah memberika waktu luang agar saya bisa sedikit lebih fokus dalam mengerjakan skrpsi.
9. Pihak PT.Pegadaian Kaliabang Paku dan Cabang PT Pegadaian Pondok Ungu yang telah memberikan bantuan dan izin untuk melakukan penelitian.
10. Bapak Sigit Prastyo, SE dan bapak Sugeng selaku kepala cabang dan kepala unit di PT Pegadaian yang membantu dan memberi banyak wawasan mengenai PT Pegadaian.
11. Teman-teman seangkatan 2017 yang telah memberikan banyak cerita dan pengalaman selama penulis kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
12. Teman dekat yaitu ujuk, elma, Ilham Karunia Hakiki dan Albert yang telah memberi masukan dan dalam mengerjakan skrpsi ini.
13. Pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Dalam penelitian ini penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki, penulis sehingga kritik dan saran yang membangun masih sangat dibutuhkan dari seluruh pembaca dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak

Jakarta, 9 Februari 2022



ISMAIL

NIM 2117 0000 201

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: ISMAIL
Npm	: 21170000201
Program Studi	: S1-MANAJEMEN
Jenis Karya	: SKRIPSI

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-free Right*) atas skripsi saya yang berjudul

DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INVESTASI EMAS DIGITAL DI PT PEGADAIAN UPC KALIABANG PAKU BEKASI

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Februari 2022

Yang menyatakan,



ISMAIL

Ismail	Dosen pembimbing:
Program Studi S-1 Manajemen	DR.Gatot Prabantoro, SE., MM

***DIGITAL MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INVESTASI
EMAS DIGITAL DI PT PEGADAIAN UPC KALIABANG PAKU
BEKASI***

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *digital marketing*, dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk investasi emas berbasis digital di PT Pegadaian Unit Kaliabang Paku Bekasi. Populasi dalam penelitian ini nasabah Pegadaian unit kaliabang paku yang diambil sampel. Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling* dan didapat jumlah responden sebanyak nasabah sebagai sampel.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yang di analisis menggunakan aplikasi SPSS (*Software Product and Service Solution*) dengan pengujian kualitas data dan hipotesis menggunakan Koefisien Determinasi, Uji T, dan Uji F. Teknik pengumpulan data menggunakan metode penyebaran kuesioner kepada responden.

Hasil uji t penelitian ini menunjukkan variabel *digital marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat investasi emas di Pegadaian dan variabel *electronic word of mouth* juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Word of mouth*, dan *electronik word of mouth* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian alat Investasi emas digital.

Kata Kunci : Digital marketing, electronic word of mouth, dan keputusan pembelian

Ismail

Advisory Lecturer:

Program Study S-1 Management

DR.Gatot Prabantoro, SE., MM

THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON THE PURCHASE DECISION OF DIGITAL-BASED GOLD INVESTMENT PRODUCTS AT PT PEGADAIAN (PERSERO) SUPPORTING UNIT OF KALIABANG PAKU BEKASI

The purpose of the study was to determine the effect of digital marketing, and electronic word of mouth on purchasing decisions of digital-based gold investment products at PT Pegadaian Unit Kaliabang Paku Bekasi. The population in this study was the customers of the Pegadaian unit of Kaliabang Paku which were taken as samples. The sample was determined based on the purposive sampling method and the number of respondents was obtained as many as customers as the sample.

This research uses a quantitative type of research, which is analyzed using the SPSS (Software Product and Service Solution) application with data quality testing and hypotheses using the Coefficient of Determination, T-Test, and F-Test. Data collection techniques use the method of distributing questionnaires to respondents.

The results of the t-test of this study indicate that the digital marketing variable has an effect on purchasing decisions for gold investment tools at Pegadaian. And the electronic word of mouth variable also affects purchasing decisions. Word of mouth, and electronic word of mouth have a joint effect on purchasing decisions for digital gold investment.

Keywords: Digital marketing, electronic word of mouth, and purchasing decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Landasan Teori	8
2.2. Rieview Hasil Penelitian Terdahulu	15
2.3. Hubungan Antar Variabel dengan variabel lain	17
2.3.1. Pengaruh <i>Digital Marketing</i>	17
2.3.2. Pengaruh <i>Electronik Word Of Mouth</i>	17
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	18

2.5.	Kerangka Konseptual.....	18
BAB III	METODE PENELITIAN.....	22
3.1.	Strategi Penelitian	22
3.1.1.	Jenis Penelitian.....	22
3.2.	Populasi dan Sampel.....	22
3.3.	Data dan Metode Dalam Pengumpulan Data.....	23
3.4.	Oprasionalisasi Variabel	24
3.5.	Metoda Analisis Data.....	25
3.6.	Metoda Pengolahan Data	26
3.7.	Metoda Penyajian Data	26
3.8.	Metoda Statistik Data.....	26
3.8.1.	Uji Kualitas Data Variabel	26
3.8.1.1.	Uji Validitas	26
3.8.1.2.	Uji Reliabilitas Data.....	27
3.8.2.	Uji Koefisien Determinasi Parsial	27
3.8.3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	28
3.8.4.	Uji Hipotesis	28
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1.	Deskripsi Sasaran Penelitian.....	34
4.2.	Deskripsi Responden	34
4.3.	Deskripsi Data.....	35
4.4.	Hasil Uji Kualitas Data	35
4.5.	Analisis Statistik Data.....	38
4.6.	Hipotesis	40

4.6.1. Uji Hipotesis Partial (Uji t)	40
4.6.2. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	42
4.6.3. Temuan Hasil Penelitian.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
5.1. Kesimpulan	46
5.2. Saran.....	48
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	49
DAFTAR REFERENSI	54
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Variabel <i>Digital Marketing</i>	24
Tabel 3.2. Variabel Elektronik <i>Word Of Mouth</i>	25
Tabel 3.3. Variabel <i>Keputusan Pembelian</i>	25
Tabel 4.1. Data Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 4.2. Data Usia Responden... ..	34
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas <i>Digital Marketing</i>	36
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas <i>Elektronik Word Of Mouth</i>	36
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4.7. Hasil Uji Koefisien Korelasi	38
Tabel 4.7. Nilai Hasil Uji Koefisien Determinasi	38
Tabel 4.11. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)... ..	40
Tabel 4.12. Hasil Hipotesis Parsial (Uji t)	41
Tabel 4.13. Hasil Uji F	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.	19
Gambar 3.1. Jumlah Nasabah PT Pegadaian	22
Gambar 4.1. Pie Chart Responden Nasabah	33
Gambar 4.2. Pie Chart Respon Nasabah.....	34
Gambar 4.3. Pie Chart Umur Nasabah	35
Gambar 4.4. Hasil Kerangka Konseptual Responden Nasabah	43

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	54
Lampiran 2. Tabulasi Data	60
Lampiran 3. SPSS Output	71
Lampiran 4. Tabel t dan F	77
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	80
Lampiran 6. Surat Izin Penelitian.....	81