

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS  
PRODUK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK LOKAL  
DI WILAYAH DKI JAKARTA**

**SKRIPSI**

**NANDI ALVIN SAPUTRA**

**21180000106**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS  
PRODUK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK LOKAL  
DI WILAYAH DKI JAKARTA**

**SKRIPSI**

**NANDI ALVIN SAPUTRA**

**21180000106**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

### **PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS PRODUK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK LOKAL DI WILAYAH DKI JAKARTA**

yang dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh ini yang saya ketahui bukan merupakan duplikasi, tiruan, atau plagiat dari karya ilmiah yang telah dipublikasikan dan atau pernah digunakan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya telah dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur duplikasi, tiruan atau plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 8 Agustus 2022



**NANDIALVIN SAPUTRA**  
**NPM 2118000106**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

### **PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS PRODUK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK LOKAL DI WILAYAH DKI JAKARTA**

disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Hj. Megayani, SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat skripsi pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 5 Agustus 2022

Pembimbing,



Megayani,SE,MM

Kepala Program Studi S-1 Manajemen



Dr. Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc


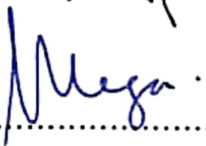


## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

### **PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS PRODUK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK LOKAL DI WILAYAH DKI JAKARTA**

Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal 19 Agustus dengan nilai

#### Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  ..... ; Dr . Muhammad Ramaditya, BBA. M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ..... ; Megayani, SE., MM  
(Pembimbing)
3.  ..... ; Dr. Diah Pranitasari, SP., MM  
(Penguji I)
4.  ..... ; Lina Noersanti, S.Si., M.Si  
(Penguji II)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat dan karunia-nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat teratasi. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Hj. Megayani, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, pikiran dan tenaga untuk mengarahkan penelitian dalam menyusun skripsi ini.
2. Ibu Dr. Diah Pranitasari, SP., MM dan ibu Lina Noersanti, S.Si., M.Si selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Dr. Muhammad Ramaditya, BBA., M.Sc. selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
6. Kepada kedua orang tua peneliti yang selalu memberikan doa, dukungan, dorongan dan semangat selama menyelesaikan skripsi.
7. Kepada kakak perempuan peneliti yaitu Soraya Moudina yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini
8. Teman/Kerabat peneliti Tarsidi dan Muhammad Farhan yang telah memberikan doa, dukungan, dorongan, dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Sekolah Menengah Pertama (Alvin, Nanda, Maudi, Izatti, Rifdah, Ridwan) yang telah memberikan dukungan, dan dorongan sehingga

skripsi ini bisa selesai.

10. Serta pihak – pihak lain yang tidak bisa peneliti ucapkan satu per satu. Terima kasih atas doa dan bantuannya dalam proses penyusunan penelitian ini.
11. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa di dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 5 Agustus 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nandi Alvin Saputra' with a stylized flourish at the end.

**NANDI ALVIN SAPUTRA**

**NPM 21180000106**

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama	:Nandi Alvin Saputra
NPM	21180000106
Program Studi	: S-1 Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

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

### **PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS PRODUK, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK LOKAL DI WILAYAH DKI JAKARTA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal 5 Agustus 2022

Yang menyatakan



Nandi Alvin Saputra



Nama : Nandi Alvin Saputra  
NPK : 21180000106  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Hj. Megayani. SE., MM

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, KUALITAS PRODUK, DAN  
INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPATU MEREK LOKAL DI WILAYAH DKI JAKARTA**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemasaran digital, kualitas produk, inovasi produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek lokal di wilayah DKI Jakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner (angekt).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan menggunakan data primer. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat analisis SmartPLS, dan dianalisis menggunakan analisis Partial Least Square (PLS). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis *outer model*, *inner model*, koefisien determinasi, uji t.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pemasaran digital tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, inovasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

***Kata Kunci: Pemasaran Digital, Kualitas Produk, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian***

Name : Nandi Alvin Saputra  
NPK : 21180000106  
S-1 ManagementStudyProgram

DosenPembimbing:  
Hj.Megayani.SE,.MM

***THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING, PRODUCT QUALITY, AND  
PRODUCT INNOVATION ON PURCHASE DECISION OF LOCAL  
BRAND SHOES IN DKI JAKARTA***

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of digital marketing, product quality, product innovation on purchasing decisions for local brand shoes in the DKI Jakarta area. Sampling in this study was conducted using a questionnaire method.*

*The method used in this study was a quantitative method, using primary data. The number of samples in this study were 100 respondents. Data processing in this study used the SmartPLS analysis tool, and analyzed used Partial Least Square (PLS) analysis. The analysis in this study used the outer model, inner model, coefficient of determination and t test.*

*The results of this study indicated that digital marketing had no effect on purchasing decisions, product quality had a positive effect on purchasing decisions, product innovation had a positive effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Digital Marketing, Product Quality, Product Innovation, Purchase Decision***

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.2 Review Penelitian Terdahulu .....	30
2.3 Keterkaitan Antar Variabel .....	36
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	37
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian.....	37
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1 Strategi Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	39
3.3 Data dan Metoda Pengolahan Data .....	40
3.4 Metode Analisis Data.....	44

<b>BAB IV METODA PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	49
4.2 Karakteristik Responden.....	50
4.3 Analisis Data Hasil Penelirian.....	52
4.4 Rangkuman Hasil Penelitian .....	63
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
5.1 Simpulan .....	64
5.2 Saran .....	64
5.3 Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	65
DAFTAR REFERENSI.....	67
LAMPIRAN .....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Sepatu Lokal Indonesia.....	4
Tabel 3.1 Skala Likert.....	41
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1 <i>Loading Factor</i> .....	53
Tabel 4.2 <i>Loading Factor</i> .....	56
Tabel 4.3 <i>Cross Loading</i> .....	57
Tabel 4.4 AVE.....	58
Tabel 4.5 <i>Composite Realibility</i> .....	58
Tabel 4.6 <i>R Square</i> .....	59
Tabel 4.7 Koefisien Jalur dan Koefisien Deteriminasi .....	61
Tabel 4.8 Koefisien Jalur dan Koefisien Deteriminasi .....	62
Tabel 4.9 Koefisien Jalur dan Koefisien Deteriminasi .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-Tahap Keputusan Keputusan Pembelian.....	15
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	38
Gambar 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Gambar 4.2 Berdasarkan Usia.....	50
Gambar 4.3 Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Gambar 4.4 Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	51
Gambar 4.5 Berdasarkan Merek Sepatu yang dibeli .....	52
Gambar 4.6 Hasil Pengolahan Data Tahap 1 .....	53
Gambar 4.7 Hasil Pengolahan Data Tahap 2 .....	55
Gambar 4.8 Hasil Pengujian Hipotesis .....	60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1 Lembar Kuesioner.....	71
Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner.....	75
Lampiran 3 <i>Output SmartPLS Convergent Validity-AVE</i> .....	86
Lampiran 4 <i>Output SmartPLS Discriminate Validty</i> .....	86
Lampiran 5 <i>Output SmartPLS Cross Loading</i> .....	87
Lampiran 6 <i>Path Coeffiesients (Mean, STDEV,t-value)</i> .....	87
Lampiran 7 <i>Output SmartPLS R Square</i> .....	88
Lampiran 8 Outer Weights .....	88
Lampiran 9 <i>Fornell Larcker Criterion</i> .....	89
Lampiran 10 Outer VIF Values .....	89
Lampiran 11 Inner VIF Values.....	90
Lampiran 12 <i>Model Fit</i> .....	90
Lampiran 13 Surat Izin Riset.....	91
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup.....	92