

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK,
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA *KENTUCKY FRIED
CHICKEN* DI DKI JAKARTA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Melinda Ayu Fardaningsih

NIM : 43121010006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK,
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA *KENTUCKY FRIED
CHICKEN* DI DKI JAKARTA**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana Jakarta



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama : Melinda Ayu Fardaningsih

NIM : 43121010006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Melinda Ayu Fardaningsih

NIM : 43121010006

Program Studi : S1 Manajemen

Menatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia sanski pembatalanskripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 Agustus 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

The image shows a large, light blue watermark of the Universitas Mercu Buana logo in the background. To the right of the logo, there is a yellow rectangular stamp with a red border. Inside the stamp, there is a signature in black ink that appears to be 'M.F.' or 'W.A.F.'. Below the signature, the text 'METIBU' and 'TEMPEL' are visible. At the bottom of the stamp, the alphanumeric code 'C9AMX422887095' is printed.

Melinda Ayu Fardaningsih
43121010006

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : MELINDA AYU FARDANINGSIH
NIM : 43121010006
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN DI DKI JAKARTA
Hasil Pengecekan Turnitin : 22%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **22%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 17 July 2025
Kepala Biro Perpustakaan



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

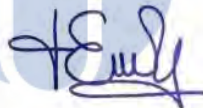
2025/Juli/17/0000000197/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Melinda Ayu Fardaningsih
NIM : 43121010006
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH _DIGITAL MARKETING_, KUALITAS PRODUK,
DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA KENTUCKY FRIED CHICKEN
DI DKI JAKARTA
Tanggal Sidang : 07 Agustus 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Cut Edwina Safia Oebit, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-09255623



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kentucky Fried Chicken Di DKI Jakarta. Desain penelitian yang digunakan adalah metode kausal. Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala likert. Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan Kentucky Fried Chicken Di DKI Jakarta yang memiliki keputusan pembelian terhadap produk Kentucky Fried Chicken. Metode pengambilan Sampel pada penelitian ini yang digunakan sebanyak 145 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Non probability sampling. Pada Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian berupa kuisioner. Metode analisis data menggunakan software Smart Partial Least Square (PLS) 4.0. Dalam Penelitian ini membuktikan bahwa *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Digital Marketing, Product Quality, and Service Quality on consumer purchasing decisions at Kentucky Fried Chicken in DKI Jakarta. The research design used is the causal method. In this study, the scale used is the Likert scale. In this study, the population is Kentucky Fried Chicken customers in DKI Jakarta who have a purchasing decision for Kentucky Fried Chicken products. The sampling method in this study used 145 respondents. The sampling technique in this study used the Non-probability sampling technique. The data collection method used a survey method, with a research instrument in the form of a questionnaire. The data analysis method used Smart Partial Least Square (PLS) 4.0 software. In this study, it is proven that Digital Marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions. Product Quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Service Quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.

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



KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa tercurahkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Kentucky Fried Chicken* Di DKI Jakarta”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, M.M., PH.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

4. Cut Edwina Safia Oebit, SE., MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Teristimewa, kedua orang tua dan adik saya dan pasangan tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti – hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Yang terakhir, tetapi yang terpenting, saya sendiri, yang terus berjuang melewati tantangan dan berusaha untuk menjadi versi yang lebih baik dari diri saya, dan akhirnya mencapai tonggak sejarah lainnya dalam perjalanan pertumbuhan ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat

menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 23 Juni 2024

Melinda Ayu Fardaningsih



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Definisi Pemasaran	13
2. Keputusan Pembelian	21
3. Digital Marketing.....	24
4. Kualitas Produk	27
5. Kualitas Layanan	29
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Pengembangan Hipotesis.....	36
1. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	37
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	38
3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	38
4. Kerangka Konseptual.....	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
B. Desain Penelitian	41
C. Definisi dan Operasonal Variabel.....	42
1. Definisi Variabel.....	42
2. Operasional Variabel	44
D. Skala Pengukuran Variabel.....	49
E. Populasi dan Sampel.....	50
1. Populasi.....	50
2. Sampel	51
F. Metode Pengumpulan Data.....	52
G. Metode Analisis Data	53
1. Analisa Deskriptif.....	53
2. Analisis Partial Least Square (PLS)	54
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN	61
A. Analisis Deskriptif.....	61
1. Gambaran Umum Lokasi atau Obyek Penelitian	61
2. Deskripsi Responden	63
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Wilayah DKI Jakarta	65
4. Deskripsi Variabel	65
B. Analisis Data Partial Least Square	73
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran atau Outer Model (Measurement Model)	73
2. Hasil Pengujian Model Struktural atau Inner Model (Structural Model).....	83
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	89
1. Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (H1)	89
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (H2)...	90
3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (H3)	91
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	93
A. Simpulan.....	93

B. Saran	94
1. Saran untuk perusahaan	94
2. Saran untuk peneliti selanjutnya	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	102



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survey	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	44
Tabel 3. 2 Skala Likert	50
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Wilayah DKI Jakarta	65
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Digital Marketing	66
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	67
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan	69
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	71
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Outer Loading (Sebelum di Modifikasi)	74
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Outer Loading (Setelah dimodifikasi)	75
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian AVE	78
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Cross Loading)	79
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Discriminant Validity (Fornel Lacker)	81
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Reliabilitas	82
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian R-Square	83
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Q-Square	84
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian F-Square	85
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar Restoran Cepat Saji Favorit di Indonesia 2022.....	2
Gambar 1. 2 Daftar Restoran Cepat Saji Favorit Anak Muda Indonesia 2022	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4. 1 Logo Kentucky Fried Chicken	62
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Outer Loadings (Sebelum di modifikasi).....	75
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Outer Loadings (Setelah di modifikasi).....	77
Gambar 4. 4 Hasil Uji Bootstraping.....	86



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Pra Survey	102
LAMPIRAN 2 Kuesioner	105
LAMPIRAN 3 Data Jawaban Responden.....	114
LAMPIRAN 4 Hasil Analisis Deskripsi Responden	131
LAMPIRAN 5 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Jawaban Responden	133
LAMPIRAN 6 Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model).....	139
LAMPIRAN 7 Hasil Pengujian Model Structural/Uji Hipotesis (Inner Model)	149
LAMPIRAN 8 Pernyataan Hasil Uji Turnitin.....	152

