

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KEMASAN DAN  
VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA HOLLAND BAKERY**

**SKRIPSI**



**Nama : Muklas Safaat**

**NIM : 43118010268**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI S1MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KEMASAN DAN  
VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA HOLLAND BAKERY**

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana  
ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Nama : Muklas Safaat  
NIM : 43118010268

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**  
**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KEMASAN DAN VARIASI**  
**PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA**  
**HOLLAND BAKERY**

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana  
ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana

OLEH :

Muklas Safaat

Nim :43118010268

Disetujui untuk Ujian Akhir Skripsi

Pada Tanggal : 23 Maret 2022

Pembimbing,



(Febrina Mahliza, S.E., M.Si.)

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana



Dr. H. Sonny Indrajaya, M.M

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muklas Safaat  
NIM : 43118010268  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing*, Kemasan dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Holland Bakery  
Tanggal Lulus Ujian : 23 Maret 2022

**Disahkan Oleh :**  
Pembimbing



(Febrina Mahliza, S.E., M.Si.)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 04221163



Please Scan QRCode to Verify

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muklas Safaat

Nim : 43118010268

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa proposal skripsi ini merupakan murni hasil karya saya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan proposal skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Februari 2022



(Muklas Safaat)  
431180102678

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Digital Marketing*, Kemasan dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Holland Bakery”**.

Dalam penulisan metode penelitian ini, peneliti menyadari adanya keterbatasan dan ketidak sempurnaan dalam penyusunan metode penelitian ini dan tidak lepas dari bimbingan ibu Febrina Mahliza, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan semangat yang sangat bermanfaat kepada peneliti. Selama proses penelitian dan penyusunan metode penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moral serta materil sehingga metode penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip Diposumarto., MS Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si Selaku dosen Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas MercuBuana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Untuk Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si dan Bapak Eko Tama Putra Saratian, S.E, MM selaku dosen penguji tugas akhir.
5. Kedua orang tua tercinta Bapak dan Ibu motivasi terbesarku yang selalu memberikan doa, dorongan inspirasi dan pengertian yang tak ternilai harganya.
6. Untuk sahabat-sahabat yang selalu siap sedia dalam membantu penulis dan sudah menjadi teman seperjuangan penulis yang selalu ada, terima kasih untuk semua.
7. Seluruh Dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
8. Dan seluruh teman-teman angkatan 2018 Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 16 Februari 2022

Muklas Safaat

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka .....	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
2. Perilaku Konsumen .....	13
3. Keputusan Pembelian.....	15
3. Digital Marketing.....	17
4. Kemasan .....	19
5. Variasi Produk .....	21
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Pengembangan Hipotesis.....	27
1. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2. Kemasan terhadap keputusan pembelian .....	27
3. Variasi produk terhadap keputusan pembelian.....	28
D. Kerangka Konseptual .....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	30
B. Desain Penelitian.....	30
C. Defenisi dan Operasional Variabel .....	31
D. Skala Pengukuran.....	33
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
E. Metode Pengumpulan Data.....	34
F. Metode Analisis Data.....	35
1. Uji Validitas.....	35
2. Uji Reliabilitas .....	36
3. Analis Regresi Linier Berganda.....	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
B. Data dan Deskripsi Hasil Penelitian.....	42
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
C. Analisis Hasil dan Pengujian Hipotesis.....	45
1. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	45
2. Hasil Uji Validitas.....	50
3. Hasil Uji Reliabilitas .....	51
a. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	53
D. Pembahasan .....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan .....	65
B.           Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	68
LAMPIRAN .....	72



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Top Brand Perusahaan Roti 2020 - 2021 .....	5
Tabel 1. 2	Hasil Kuesioner Pra-Survei.....	6
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel .....	32
Tabel 3. 2	Skala Likert.....	33
Tabel 4. 1	Hasil Uji Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4. 2	Hasil Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan .....	44
Tabel 4. 3	Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian .....	45
Tabel 4. 4	Uji Statistik Deskriptif Digital Marketing .....	46
Tabel 4. 5	Uji Statistik Deskriptif Kemasan.....	48
Tabel 4. 6	Uji Statistik Deskriptif Variasi Produk.....	49
Tabel 4. 7	Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian Konsumen (Y), Digital Marketing (X1), Kemasan (X2), Variasi Produk (X3) Pada Holland Bakery Tahun 2021.....	50
Tabel 4. 8	Hasil Uji Reliabilitas .....	52
Tabel 4. 9	Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4. 10	Hasil Uji Multikolinearitas .....	54
Tabel 4. 11	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
Tabel 4. 12	Hasil Uji F.....	56
Tabel 4. 13	Hasil Uji Persamaan Regresi.....	56
Tabel 4. 14	Hasil Uji T.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar1.1 .....	2
Gambar2.1 .....	14

