

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, RELIGIOSITAS DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI PADA KONSUMEN
DAPUR UKHTI SAAT PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

NAMA : Dyan Fahrur Rozie

NIM : 43116110322

Program Studi Manajemen S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dyan Fahrur Rozie

Nim : 43116110322

Program Studi : Manajemen SI

Menyatakan 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 dikenai sanksi pembatalan proposal skripsi ini apabila terbukti tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Januari 2022



METAFISI
TIMPIL
8A8E3AKX261638411

Dyan Fahrur Rozie

Nim : 43116110322

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dyan Fahrur Rozie
NIM : 43116110322
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran Digital, Religiositas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Dapur Ukhti Saat Pandemi Covid-19.
Tanggal Sidang : 23 Agustus 2022

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi,



Dr. Daru Asih, SE., M.Si

Tanggal : 4 September 2022

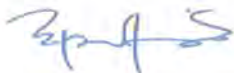
Ketua Penguji,



Dr. Janfry Sihite, SE, MSM

Tanggal : 29 Agustus 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si

Tanggal : 6 September 2022

Ketua Program Studi

S1 Manajemen,



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

Tanggal : 6 September 2022

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi penelitian ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul **“Pengaruh Pemasaran Digital, Religiositas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Dapur Ukhti Saat Pandemi Covid”**.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Daru Asih, SE., M.Si selaku dosen pembimbing proposal skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Harwikarya, MT., selaku Plt. Rektor Universitas Mercu Buana
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M,Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM Selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.

4. 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.
5. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2016 yang tidak bisa disebutkan satu demi satu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita, dan pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu demi satu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca. 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Januari 2022



Dyan Fahrur Rozie

DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Manajemen Pemasaran	13
2. Perilaku Konsumen	14
3. Minat Beli.....	16
4. Pemasaran Digital.....	18
5. Religiositas	20
6. Kepercayaan	22
7. Penelitian Terdahulu.....	24
B. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	31
1. Hubungan Antar Variabel.....	31
2. Pengembangan Hipotesis	32

BAB III	METODE PENELITIAN	35
	A. Waktu Penelitian	35
	B. Desain Penelitian	35
	C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	36
	D. Pengukuran Variabel	39
	E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
	F. Teknik Pengumpulan Data.....	42
	G. Metode Analisis Data	42
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	47
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
	B. Statistik Deskriptif.....	48
	C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	53
	1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
	2. Pengujian Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	58
	D. Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	64
	A. Simpulan	64
	B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penurunan Pendapatan Dapur Ukhti	7
Tabel 1.2	Hasil Pra-Survei	9
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.2	Usia Responden.....	47
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.4	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Pemasaran Digital	49
Tabel 4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Religiositas	50
Tabel 4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan	50
Tabel 4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....	51
Tabel 4.8	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	54
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Critetion)</i>	55
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	56
Tabel 4.11	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	57
Tabel 4.12	Hasil Pengujian <i>R-Square (R2)</i>	58
Tabel 4.13	Hasil Pengujian <i>Predictive Relevance (Q2)</i>	58
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Boostrapping</i>).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penurunan Penjualan UKM Dampak Pandemi Covid-19	2
Gambar 1.2 Jumlah Laporan Penipuan <i>Online</i>	4
Gambar 1.3 Market Share <i>Bakery</i> di Indonesia 2016 - 2020.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS	53
Gambar 4.2 Hasil Uji <i>Bootsrapping</i>	60

