

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *DIGITAL  
MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK SOMETHINC DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Administrasi Bisnis



**Disusun Oleh**

**ALFIANI MAULUDA N**

**1121800059**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945**

**SURABAYA**

**2022**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *DIGITAL*  
*MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK SOMETHINC DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Administrasi Bisnis



**Disusun Oleh**

**ALFIANI MAULUDA N**

**1121800059**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945**

**SURABAYA**

**2022**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN *DIGITAL*  
*MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK SOMETHINC DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Administrasi Bisnis



**Disusun Oleh**

**ALFIANI MAULUDA N**

**1121800059**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945**

**SURABAYA**

**2022**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Alfiani Mauluda Nur'am  
NBI : 1121800059  
Judul : Pengaruh Atribut Produk dan *Digital Marketing*  
Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Something*  
di Surabaya

**Mengetahui**

**Surabaya, 30 Juni 2022**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Disetujui Oleh,  
Dosen Pembimbing**

**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.**

**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.**

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 8 Juli 2022

Dewan Penguji:

1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP  
NPP: 20120.87.0103
2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM  
Anggota
3. Dra. Sri Andayani, MM  
Anggota

()  
()  
()

Mengesahkan

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dekan,

()  
  
**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Alfiani Mauluda Nur'am  
NBI : 1121800059  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Atribut Produk Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc Di Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya tulis adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian, atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 8 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



(Alfiani Mauluda Nur'am)



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfiani Mauluda N  
 NBI/ NPM : 1121800059  
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
 Program Studi : Administrasi Bisnis  
 Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek\*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh Atribut Produk dan Digital Marketing terhadap Keputusan pembelian Pada Produk Something di Surabaya

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
 Pada tanggal : 30 Juni 2022

Yang Menyatakan,



(Alfiani Mauluda N.)

\*Coret yang tidak perlu

## ABSTRACT

*Due to the Covid-19 pandemic, the use of skincare products has increased. The impact is that more and more skincare products are sold in the community. That way, inevitably a product can survive with the best product attributes and the ease of achieving a product. This study tries to determine the effect of Product Attributes and Digital Marketing on Purchase Decisions for Somethinc Products in Surabaya. This study uses quantitative methods of associative research. And use the Linkert scale as a measurement. The sampling technique uses non-probability sampling. The sample studied in this study amounted to 96. Based on the results of the coefficient of determination test, the R-Square value was 60.1%, meaning that the ability of product attributes (X1) and digital marketing (X2) in explaining the purchase decision variable (Y) was 60.1 % and the remaining 39.9% is influenced by other variables. Meanwhile, from the results of the t-test, it is known that there is an effect of product attributes on purchasing decisions where tcount is 3,733, while digital marketing also affects purchasing decisions on Somethinc products where tcount is 4,957. From the F test, Fcount 70,170 with sig 0.000 <0.05, shows H0 is rejected and Ha is accepted, meaning that product attributes (X1) and digital marketing (X2) have a simultaneous effect on purchasing decisions.*

**Key words:** *Product Attributes, Digital Marketing, Purchase Decisions*



## ABSTRAK

Dikarenakan pandemic Covid-19 menyebabkan pemakaian produk *skincare* meningkat. Dampaknya adalah semakin banyak produk *skincare* yang dijual di masyarakat. Dengan begitu mau tidak mau sebuah produk bisa bertahan dengan adanya atribut produk yang terbaik dan kemudahan untuk mencapai sebuah produk tersebut. Penelitian ini mencoba untuk mengetahui pengaruh Atribut Produk dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc di Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis penelitian asosiatif. Dan menggunakan skala linkert sebagai pengukuran. Teknik sampling menggunakan *non-probability sampling*. Sampel yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 96. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi didapatkan nilai *R-Square* adalah sebesar 60,1% artinya kemampuan atribut produk (X1) dan *digital marketing* (X2) dalam menjelaskan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 60,1% dan sisanya 39,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan dari hasil dari uji t diketahui ada pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian dimana  $t_{hitung}$  3,733, sedangkan *digital marketing* juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Somethinc dimana  $t_{hitung}$  sebesar 4,957. Dari uji F diperoleh  $F_{hitung}$  70,170 dengan  $sig$   $0,000 < 0,05$ , menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya atribut produk (X1) dan *digital marketing* (X2) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Atribut Produk, *Digital Marketing*, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Atribut Produk dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Somethinc Di Surabaya” dengan baik dan lancar.

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Selama penelitian dan penulisan skripsi banyak sekali hambatan yang penulis alami, tetapi berkat bantuan dan dorongan serta bimbingan berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Keluarga saya khususnya kedua orang tua Ibu, Bapak dan adik-adik yang selalu mendukung secara moral dan material selama saya berkuliah di UNTAG Surabaya
2. Kaprodi Administrasi Bisnis, yaitu Bu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M yang telah memberikan pengarahan dan pemahaman terkait dengan skripsi
3. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, ilmu, dan motivasi pada saat pengerjaan skripsi maupun saat perkuliahan
4. Bapak Drs. Agung Pudjianto, M.P selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan saran, masukan dan kemudahan pada saat pengerjaan skripsi maupun perkuliahan
5. Semua dosen Administrasi Bisnis Untag Surabaya yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan referensi untuk pengerjaan skripsi dan atas pembelajaran yang saya tempuh sampai sekarang ini
6. Kakak yang sudah saya anggap saudara sendiri, yaitu Kak Eka, Kak Novi, Kak, Jay, Kak Nur, dan Mia yang telah memberikan semangat motivasi untuk menyelesaikan skripsi

7. Pejuang Skripsi (Alsa, Novi, dan Rara) yang sama-sama berjuang dan menguatkan untuk menyelesaikan skripsi masing-masing
8. Grup rawr (Ichak, Igak, dan Misel) yang tetap membantu saya *stay positive* atas masalah yang saya hadapi dan memberikan motivasi
9. Anggota Asrama Putri dan KMPKR, forum daerah yang membantu saya berkembang menjadikan lebih baik
10. Afifah Devani Amanah selaku teman kuliah dan tempat berkeluh kesah perihal perkuliahan
11. Semua orang yang membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan buku skripsi ini. oleh karena itu, besar harapan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Amin.

Surabaya, 8 Juli 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
ABSTRAC.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Tinjauan Teoritis.....	10
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.2.2 Atribut Produk.....	13
2.2.3 Digital Marketing.....	18

2.2.4 Keputusan Pembelian .....	20
2.3 Konseptualisasi .....	23
2.3.1 Definisi Konsep .....	23
2.3.2 Definisi Operasional .....	23
2.4 Kerangka Pikir .....	24
2.5 Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis dan Rancangan Penelitian .....	27
3.2 Populasi dan Sampel .....	27
3.2.1 Populasi .....	27
3.2.2 Sampel .....	27
3.3 Pengukuran dan Instrumen Penelitian .....	28
3.3.1 Skala Pengukuran .....	28
3.3.2 Instrumen Penelitian .....	29
3.4 Jenis Data dan Sumber Data .....	30
3.4.1 Jenis Data .....	30
3.4.2 Sumber Data .....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.6 Teknik Analisis Data .....	31
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian .....	31
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	32
3.6.3 Regresi Linier Berganda .....	33
3.6.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	34

3.6.5 Uji Hipotesis.....	34
BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	37
4.1 Penyajian Data.....	37
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	37
4.1.2 Karakteristik Responden.....	38
4.2 Uji Instrumen.....	40
4.3 Tabulasi Data.....	41
4.3.1 Hasil Deskripsi Jawaban Responden.....	48
4.4 Analisis Data.....	52
4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	52
4.4.2 Regresi Linier Berganda .....	55
4.4.3 Koefisien Determinasi .....	56
4.4.4 Uji Hipotesis.....	57
4.5 Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Rekomendasi.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 5 Brand Skincare Di E-Commerce Bulan Mei 2021 .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 2.2 Definisi Konsep .....	23
Tabel 2.3 Definisi Operasional .....	24
Tabel 3.1 Skala Pengukuran .....	29
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	29
Tabel 4.1 Top 5 Brand Skincare Di E-Commerce Bulan Mei 2021 .....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	39
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	40
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas .....	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Variabel Atribut Produk (X1) .....	41
Tabel 4.9 Tabulasi Variabel Digital Marketing (X2) .....	44
Tabel 4.10 Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	46
Tabel 4.11 Interval Rata-Rata Score .....	48
Tabel 4.12 Hasil Nilai Mean Variabel Atribut Produk .....	49
Tabel 4.13 Hasil Nilai Mean Variabel Digital Marketing .....	50
Tabel 4.14 Hasil Nilai Mean Variabel Keputusan Pembelian .....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi .....	54
Tabel 4.16 Hasil Regresi Linear Berganda .....	55

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	56
Tabel 4.18 Hasil Uji T .....	57
Tabel 4.19 Hasil Uji F .....	58



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertimbangan Memilih Produk Kecantikan .....	1
Gambar 1.2 Produk Skincare Yang Paling Banyak Ditonton Di Tiktok .....	4
Gambar 4.1 Produk Somethinc .....	38
Gambar 4.2 Uji Normalitas Model Histogram .....	53
Gambar 4.3 Uji Normalitas Data .....	53
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	66
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas .....	70
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabelitas .....	74
Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	75
Lampiran 5 Hasil Uji F .....	76
Lampiran 6 Hasil Uji T .....	76
Lampiran 7 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	76
Lampiran 8 Perintah Revisi .....	77