

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN
BUNDLE PRICING TERHADAP MINAT BELI
MCDONALD'S PADA MAHASISWA FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strat-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

Nova Natalia Fitri Anggreani

NPM : 1121900050

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSTUS
1945 SURABAYA 2023**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *BUNDLE PRICING*
TERHADAP MINAT BELI MCDONALD'S PADA MAHASISWA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

Nova Natalia Fitri Anggreani

NPM : 1121900050

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nova Natalia Fitri Anggreani
NPM : 1121900050
Judul : Pengaruh *Digital Marketing* dan *Bundle Pricing* Terhadap Minat Beli McDonald's Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Mengetahui :

Surabaya, 26 Juni 2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing I



Dr. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103



Dra. Awin Mulyati, M.M
NPP. 20120.92.0283

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:

Dewan Penguji :

1. **Dra. Awin Mulyati, M.M** ()

Ketua

2. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M** ()

Anggota

3. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M** ()

Anggota

Mengesahkan,

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,



Dr. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0130

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nova Natalia Fitri Anggreani

NPM : 1121900050

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing* dan *Bundle Pricing* Terhadap Minat Beli McDonald's Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis bagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencatumkan dalam daftar Pustaka.
3. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagaimana atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan 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, 26 Juni 2023

Yang membuat pernyataan

iii 
D60AKX456354041
Nova Natalia Fitri Anggreani



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 : Nova Natalia Fitri Anggreani
NBI/ NPM : 1121900050
Fakultas : 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 Digital Marketing dan Bundle Pricing Terhadap Minat Beli McDonald's Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 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 : 26 Juni 2023

iv

Yang Menyetujui,

METERAI
TEMPEL
BCCAAX456354036
(Nova Natalia Fitri Anggreani.)

*Coret yang tidak perlu

KATA PENGANTAR

Puji syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus, oleh karena anugerah-Nya, kemurahan dan kasih setia-Nya yang begitu besar, Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini guna memenuhi persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Adapun judul skripsi ini “**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *BUNDLE PRICING* TERHADAP MINAT BELI MCDONALD’S PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**”.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada semua individu yang telah memberikan bantuan dan panduan kepada Penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih ini khususnya ditujukan kepada :

1. Tuhan Yesus yang telah memberikan jalan, kelancaran, kemudahan dan hikmat kepada Penulis agar bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku rector Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra. Awin Mulyati, M.M selaku dosen pembimbing I Penulis, terima kasih atas bimbingan, kritik dan saran, serta terima kasih telah meluangkan waktunya di sela kesibukan dan mau tiada henti membantu Penulis agar dapat menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Dr. Dra Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta sebagai dosen pembimbing II penulis yang telah memberikan motivasi dan bimbingan kepada Penulis hingga terselesaikan laporan ini.
6. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik beserta seluruh Staf Tata Usaha yang telah memberikan ilmu dan membantu mengurus administrasi kepada Penulis sejak awal kuliah.
7. Bapak Supriyadi, seseorang yang biasa Penulis sebut ayah, terima kasih telah mengantarkan Penulis untuk kuliah dan sampai di titik

ini. Terima kasih telah berhasil membuat Penulis bangkit dari kata menyerah dan selalu memberikan motivasi, dukungan dan doa yang tiada henti. Terima kasih selalu berjuang dan bekerja keras sampai Penulis bisa berada diposisi ini.

8. Ibu Endang Prayogi selaku ibu dari Penulis, terima kasih atas perawatan dan dedikasi Ibu dalam memberikan makanan bergizi yang telah menjaga Kesehatan penulis sehingga saat ini penulis dalam keadaan sehat dan mampu menyelesaikan skripsi.
9. Bryan Nafiri Widodo selaku pacar Penulis yang selalu menemani ketika bimbingan dan tiada henti untuk membantu, mendukung dan memotivasi Penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Catur, Madalena dan Kiya selaku teman kuliah Penulis sejak awal masuk kuliah, terimakasih telah menemani masa kuliah Penulis dan selalu memberikan dukungan, bantuan dan hal-hal yang baik kepada Penulis. *See u on top guys.*
11. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kualitas skripsi ini, Penulis sangat mengharapkan dukungan dan kontribusi pikiran yang bersifat membangun berupa kritik dan saran.

Surabaya, 26 Juni 2023

Penulis

Nova Natalia Fitri Anggreani

ABSTRAK

Saat ini, kemajuan teknologi digital berlangsung sangat cepat. Teknologi menjadi alat yang membantu dalam memenuhi sebagian besar kebutuhan manusia. Perkembangan tersebut telah memberikan dampak signifikan pada industri pemasaran. Oleh karena itu, pengusaha harus mengidentifikasi strategi promosi yang sesuai untuk perusahaan mereka dengan tujuan menggunakan kemajuan teknologi guna meningkatkan minat beli konsumen. Contohnya, dapat dilakukan dengan cara *Digital Marketing* dan *Bundle Pricing*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Digital Marketing* dan *Bundle Pricing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli McDonald's baik secara simultan maupun parsial. Sample pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sampel berjumlah 100 responden. Teknik yang digunakan adalah Teknik *Non-Probability Sampling*, menggunakan jenis *Quota Sampling* dengan rumus Lemeshow. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara *online* yaitu melalui *G-Form*. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan software SPSS versi 26 untuk pengolahan data. Melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel *Digital Marketing* dan *Bundle Pricing* berpengaruh terhadap Minat Beli McDonald's Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial baik secara parsial maupun simultan. McDonald's disarankan dapat memaksimalkan *Digital Marketing* dengan memperbaharui iklan-iklan yang ada di *Website* serta mengikuti trend. Pada *Bundle Pricing*, McDonald's perlu mengkaji ulang penetapan harga dan lebih banyak item yang di *bundle*.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Bundle Pricing, Minat Beli*

ABSTRACT

Currently, the advancement of digital technology takes place very quickly. Technology becomes a tool that helps in meeting most of the human needs. These developments have had a significant impact on the marketing industry. Therefore, entrepreneurs must identify appropriate promotional strategies for their companies with the aim of using technological advances to increase consumer buying interest. For example, it can be done by Digital Marketing and Bundle Pricing. This study was conducted to determine and analyze whether Digital Marketing and Bundle Pricing have a positive and significant effect on McDonald's Buying Interest both simultaneously and partially. The sample in this study was students of the Faculty of Political and Social Sciences, University of August 17, 1945 Surabaya, a sample of 100 respondents. The technique used is the Non-Probability Sampling Technique, using the type of Quota Sampling with the Lemeshow formula. Data collection through the distribution of questionnaires online, namely through G-Form. The data analysis method uses multiple regression analysis with SPSS software version 26 for data processing. Through this study, it can be concluded that the variables Digital Marketing and Bundle Pricing affect McDonald's Buying Interest in Students of the Faculty of Political Science and Social Sciences both partially and simultaneously. McDonald's is advised to maximize Digital Marketing by updating existing advertisements on the Website and following trends. In Bundle Pricing, McDonald's needs to review pricing and more items in bundles.

Keywords : Digital Marketing, Bundle Pricing, Buying Interest

DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI	ii
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Landasan Dasar Teori	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Manajemen Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 <i>Marketing Mix</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 <i>Digital Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 <i>Bundle Pricing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Minat Beli Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.3 Definisi Konsep	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 <i>Digital Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.

2.3.2 <i>Bundle Pricing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Minat Beli Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.4 Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Digital Marketing	Error! Bookmark not defined.
2.4.2 <i>Bundle Pricing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.4.3 Minat Beli Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.4 Pola Hubungan Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.6 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Rancangan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Populasi dan Sampel.	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Skala Pengukuran	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Jenis Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.5 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6 Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Analisis Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
3.6.3 Uji t-statistik	Error! Bookmark not defined.
3.6.4 Uji F Statistik	Error! Bookmark not defined.
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi ()	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.

PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1 Penyajian Data	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Tabulasi Data	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Tabulasi Data Jawaban Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden	Error! Bookmark not defined.
4.3 Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.3.2 Analisis Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.3.3 Uji t-Statistik	Error! Bookmark not defined.
4.3.4 Uji F Statistik	Error! Bookmark not defined.
4.3.5 Uji Koefisien Determinasi ()	Error! Bookmark not defined.
4.4 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2 Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Menu McDonald's	Er
.....	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Gender	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Prodi	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.7 Tabulasi Data Variabel <i>Digital Marketing</i> (X1)	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.8 Tabulasi Data Variabel <i>Bundle Pricing</i> (X2)	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.9 Tabulasi Data Variabel Minat Beli (Y)	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.10 Nilai Mean Jawaban Responden <i>Digital Marketing</i>	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.11 Nilai Mean Jawaban Responden <i>Bundle Pricing</i>	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.12 Nilai Mean Jawaban Responden Minat Beli	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.13 Uji Normalitas	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.15 Uji Autokorelasi Durbin Waston	
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4.16 Uji Autokorelasi <i>Run Test</i>	
Error! Bookmark not defined.	

Tabel 4.17 Analisis Regresi Berganda

Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.18 Uji t-Statistik

Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.19 Uji F Statistik

Error! Bookmark not defined.

Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi

Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Sosial Media Advertising Audiences	Error! Bookm
Gambar 1.2	Promo McD Grabfood	Error! Bookm
Gambar 1.3	Menu Receh McDonald's	Error! Bookm
Gambar 1.4	Penyebaran Gerai McDonald's di Surabaya	Error! Bookm
Gambar 1.5	Daftar Restoran Cepat Saji Favorit Anak Muda	Error! Bookm
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	Error! Bookm
Gambar 4.1	Logo McDonald's	Error! Bookm
Gambar 4.2	Grafik Responden Aktif Menggunakan Media Sosial	Error! Bookm
Gambar 4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookm

