

SKRIPSI

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK DAN
STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MCDONALD'S DI SURABAYA
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17
Agustus 1945 Surabaya)**



Oleh :

BRYAN NAFIRI WIDODO

NBI : 1211900074

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

SKRIPSI
PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S DI SURABAYA
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)



Disusun Oleh :
Bryan Nafiri Widodo
1211900074

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023

===== SKRIPSI =====
**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KUALITAS PRODUK DAN *STORE
ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MCDONALD'S DI
SURABAYA**
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus
1945 Surabaya)



Disusun Oleh :
Bryan Nafiri Widodo
1211900074

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

**Lembar Persetujuan dari Dosen Pembimbing
Lembar Pengesahan Skripsi**

Nama : Bryan Nafiri Widodo

NBI : 1211900074

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Store Atmosphere
Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's Surabaya

Surabaya, 14 Juli 2023

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing

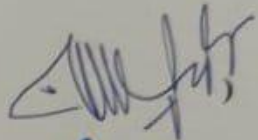
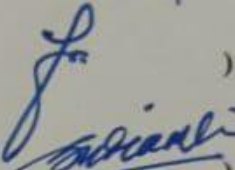
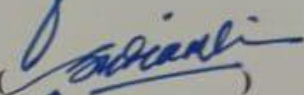


Dr. Dra. Ec, Endah Budiarti, M.Si

Lembar Pengesahan Tim Penguji

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal:

Dewan Penguji :

1. Dr. Nekky Rahmiyati, MM -Ketua ()
2. Dr. Ufi Pristiana, M.Si -Anggota ()
3. Dr. Dra. Ec. Endah Budiarti M.Si -Anggota ()

Mengesahkan,

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,

Prof. Dr. H. Slamet Rivadi, M.Si., Ak., Ca.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Bryan Nafiri Widodo

NPM : 1211900074

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, *Store Atmosphere*. Terhadap Keputusan Pembelian Pada McDonald's Di Surabaya Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis 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 mencantumkan 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, 14 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Bryan Nafiri Widodo



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 : Bryan Nafiri Widodo
NBI/ NPM : 1211900074
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
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, Kualitas Produk, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's Di Surabaya (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis 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 : 13 Juli 2023

Yang Menyatakan,



(Bryan Nafiri Widodo)

*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 Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Adapun judul skripsi ini **“Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian McDonald’s Di Surabaya (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis 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. Dr. Dra. Ec Endah Budiarti M.Si. selaku pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya
3. Prof. Dr. Mulyono Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Yang telah memberikan kesempatan pada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M, Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Yang telah memberikan kesempatan pada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
5. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Yang telah memberikan kesempatan pada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

6. Widodo Ponco Basuki S.H., seseorang yang biasa Penulis sebut Papa, 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.
7. Alm. Lilik Sulastri, seseorang yang biasa penulis sebut Mama, 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.
8. Soelasmini, seseorang yang biasa penulis sebut Eyang, terima kasih atas perawatan dan dedikasi pengganti ibu dalam memberikan makanan bergizi yang telah menjaga Kesehatan penulis sehingga saat ini penulis dalam keadaan sehat dan mampu menyelesaikan skripsi
9. Rio Nafiri Widodo, seseorang yang biasa penulis sebut Kakak, terima kasih atas dukungan dan doa selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi
10. Nova Natalia Fitri Anggreani selaku Calon Istri Penulis yang selalu menemani ketika bimbingan dan tiada henti untuk membantu, mendukung dan memotivasi Penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi Dan Bisnis beserta seluruh Staf Tata Usaha yang telah memberikan ilmu dan membantu mengurus administrasi kepada Penulis sejak awal kuliah.
12. 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, 13 Juli 2023
Penulis



Bryan Nafiri Widodo

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 keputusan pembelian. Contohnya, dapat dilakukan dengan cara *Digital Marketing*, Kualitas Produk dan *Store Atmosphere*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Digital Marketing*, Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian McDonald's baik secara simultan maupun parsial. Sample pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik *Non-Probability Sampling* merupakan Teknik pengambilan sample tidak terpilih secara acak 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 di ketahui dan di analisis bahwa *Digital Marketing* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's. Penelitian juga dapat diketahui dan di analisis bahwa Kualitas Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's. Selain itu, penelitian juga dapat diketahui dan di analisis bahwa *Store Atmosphere* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian McDonald's.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, **Kualitas Produk**, *Store Atmosphere*, **Keputusan Pembelian**

ABSTRACT

With digital technology advancing at a rapid pace. Technology is becoming a tool that helps in fulfilling most human needs. These developments have had a significant impact on the marketing industry. Therefore, entrepreneurs must identify suitable promotional strategies for their companies with the aim of using technological advancements to increase purchasing decisions. For example, this can be done by means of Digital Marketing, Product Quality and Store Atmosphere.

This study was conducted to determine and analyze whether Digital Marketing, Product Quality and Store Atmosphere have a positive and significant effect on McDonald's Purchasing Decisions both simultaneously and partially. The sample in this study were students of the Faculty of Economics and Business, University of August 17, 1945 Surabaya. The sample of this study amounted to 100 respondents. The technique used in this research is the Non-Probability Sampling Technique which is a non-randomly selected sampling technique using the Quota Sampling type with the Lemeshow formula. Data collection through distributing questionnaires online, namely through G-Form. The data analysis method uses multiple regression analysis with SPSS version 26 software for data processing.

Through this research, it can be known and analyzed that Digital Marketing has a Positive and Significant Effect on McDonald's Purchasing Decisions. Research can also be known and analyzed that Product Quality has a Positive and Significant Effect on McDonald's Purchasing Decisions. In addition, research can also be known and analyzed that Store Atmosphere has a Positive and Significant Effect on McDonald's Purchasing Decisions.

Kata Kunci : Digital Marketing, Product Quality, Store Atmosphere, Purchase Decision

RINGKASAN

Industri makanan dan minuman saat ini di Indonesia perkembangan dan peningkatan cukup pesat di karenakan makanan dan minuman sangatlah penting bagi perindustrian di Indonesia. Perubahan zaman membawa gaya hidup belanja masyarakat bergeser dari yang sifatnya konvensional menuju pada transaksi situs penjualan online yang terpengaruhi dari arus perubahan gaya hidup masyarakat tersebut. Arus perubahan gaya belanja masyarakat mengakibatkan banyak penjualan online yang mengakibatkan masyarakat mendapatkan informasi lebih dan bertransaksi dengan mudah tanpa harus pergi ke tempat penjualan barang atau jasa tersebut.

Salah satunya yaitu McDonald's restoran makanan cepat saji yang berada disurabaya, Jawa Timur. McDonald's adalah salah satu perusahaan di bidang restoran cepat saji terbesar di dunia. Berdiri sejak 1955 di kota California, Amerika Serikat dengan memiliki slogan "*I'm Lovin'It*". Di Indonesia sendiri, McDonald's dapat ditemukan di berbagai kota. Hingga saat ini sudah membuka lebih dari 200 gerai dan lebih dari 14.000 karyawan di seluruh Indonesia, dan 14 Gerai yang ada di kota Surabaya.

Dalam penelitian ini populasinya adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang sudah mengunjungi dan membeli produk produk McDonald's dan menggunakan 100 responden. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu dengan menyebar kuisisioner melalui google form.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda, uji determinasi dan uji t. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hipotesis uji t, bahwa variabel Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Store Atmosphere memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai dibawah 0,05.

Simpulan dalam penelitian ini adalah menunjukkan bahwa variabel Digital Marketing, Kualitas Produk, Store Atmosphere memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Saran yang berkaitan dengan penelitian ini sebaiknya McDonald's untuk terus memperhatikan Digital Marketing, meningkatkan Kualitas Produk, dan Store Atmosphere agar nantinya berdampak juga pada meningkatnya keputusan pembelian pada McDonald's di Surabaya.

DAFTAR ISI

Sampul Luar.....	i
Sampul Dalam.....	ii
Lembar Pengesahan Pembimbing.....	1
Lembar Pengesahan Tim Penguji	2
Lembar Surat Anti Plagiat.....	3
Kata Pengantar.....	4
<i>Abstarct</i>	6
Ringkasan.....	8
Daftar Gambar.....	
2.1 Gambar Kerangka Konseptual.....	48
Daftar Tabel.....	
3.1 Skala Kuisisioner.....	56
4.2.1 Responden Berdasarkan Gender.....	70
4.2.3 Responden Berdasarkan Usia.....	71
4.2.4 Resonden Berdasarkan Prodi.....	72
4.2.5 Responden Aktif Menggunakan Media Sosial.....	73
4.3.1 Uji Validitas.....	74
4.3.2 Uji Realibilitas.....	75
4.3.3 Tabulasi Data Variabel Digital Marketing.....	76
4.3.4 Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk.....	80
4.3.5 Tabulasi Data Variabel Store Atmosphere.....	85
4.3.6 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	89
4.4.1.A Uji Normalitas.....	94

4.4.1.B Uji Multikolinieritas.....	95
4.4.1.C Uji Heteroskedasititas.....	96
4.4.1.D Uji Autokorelasi.....	97
4.4.3 Uji Analisis Linear Berganda.....	99
4.5 Uji Koefisien Determinasi R^2	103
DAFTAR ISI.....	
BAB I PENDAHULUAN.....	4
1.1 Latar Belakang Masalah.....	4
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.1 Landasan Teori Dan Penelitian Terdahulu.....	12
2.1.1 Landasan Teori.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	28
2.3.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.3.3 Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
2.4 Kerangka Konseptual.....	29
2.5 Hipotesis.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	32
3.3 Jenis Data Sumber Data.....	32
3.3.1 Jenis Data.....	32
3.3.2 Sumber Data.....	32
3.4 Populasi Dan Sampel.....	32
3.4.1 Populasi.....	32

3.4.2 Sampel.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.6 Definisi Variabel dan Definisi Operasional	34
3.6.1 Definisi Variabel	34
3.6.2 Definisi Operasional.....	35
3.7 Proses Pengolahan Data	37
3.8 Metode Analisis Data.....	39
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis Dan Analisi Data.....	41
3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.9.3 Uji t.....	41
3.9.4 Uji Koefisien Determenasi	42
3.9.5 Uji Validasi.....	42
3.9.6 Uji Realibilitas	42
BAB 1V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
4.1.1 Sejarah Singkat McDonald's.....	67
4.1.2 Visi Misi McDonald's	68
4.1.3 Logo McDonald's.....	68
4.2 Deskripsi Hasil penelitian.....	69
4.2.1 Karakteristik Responden.....	69
4.3 Uji Instrumen - Validitas dan Reabilitas.....	72
4.3.1 Uji Validitas.....	72
4.3.2 Uji Realibilitas.....	75
4.3.3 Tabulai Data.....	76
4.3.3 Tabulasi Data Variabel Digital Marketing.....	76
4.3.4 Tabulasi Data Variabel Kualitas Produk.....	80
4.3.5 Tabulasi Data Variabel Store Atmosphere.....	85

4.3.6 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian.....	89
4.4 Analisis Data.....	94
4.4.A Uji Normalitas.....	94
4.4.1.B Uji Multikolinearitas.....	95
4.4.1.C Uji Heteroskedasititas.....	96
4.4.1.D Uji Autokorelasi.....	97
4.4.2 Analisis Linear Berganda.....	99
4.5. Uji t-Statistik.....	100
4.5.1 Uji F Statistik.....	100
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi R^2	103
4.6 Pembahasan Hasil Penemuan Penelitian.....	106
4.7 Implikasi Penelitian.....	107
4.8 Keterbatas Penelitian.	107
BAB V PENUTUP.....	
5.1 Simpulan.....	108
5.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	