

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN CAFE AOLA LAMONGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata 1

Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh :

Alifatun Nurin Wahidah

1122000160

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2024

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN CAFE AOLA LAMONGAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata 1

Program Studi Administrasi Bisnis



Disusun Oleh :

Alifatun Nurin Wahidah

1122000160

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Alifatun Nurin Wahidah

NBI : 1122000160

**Judul : Pengaruh Digital Marketing Dan E-Service Quality Terhadap
Kepuasan Pelanggan Cafe Aola Lamongan**

Surabaya, 25 Juni 2024

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

**Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing 1**


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP 20120870103


Dra. Diana Juni Mulyati, M.M
NPP 0722066101

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang 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 25 Juni 2024.

Dewan Penguji

1. Dra. Diana Juni Mulyati, M.M
Ketua

()

2. Drs. Agung Pujianto, M.M
Anggota

()

3. Dra. Sri Andayani, M.M
Anggota

()

Mengetahui

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




Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP 20120870103



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 sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alifatun Nurin Wahidah
NBI : 1122000160
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi: Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi

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

**“Pengaruh Digital Marketing Dan E-Service Quality Terhadap
Kepuasan Pelanggan Café Aola Lamongan”**

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free
Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak
menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam
bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya
ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : Selasa, 25 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Alifatun Nurin Wahidah

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Alifatun Nurin Wahidah

NBI : 1122000160

Program Studi : Administrasi Niaga

Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing* Dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Aola Lamongan

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sediri 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. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesada-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 25 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan



Alifatun Nurin Wahidah

MOTTO

“ Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah – lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu lancar. Tapi, gelombang – gelombang ini yang nanti bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)

“ Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji allah adalah benar”

(Q.S Ar-Rum : 60)

“Gonna fight and don't stop, until you're proud”

PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bimbingan, semangat dan bantuan materiil dari berbagai pihak, oleh karena itu sudah sepantasnya pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Kedua orang tuaku, Bapak Nur Qoin dan Almh Ibu Naimatul Aliyah, yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan ketahap ini, mengorbankan segalanya untuk penulis, selalu memberi semangat, mengajari untuk selalu bersabar disetiap proses yang dilalui, serta tiada hentinya selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis disetiap langkah.
2. Alm Bapak Moh.Hasan dan Ibu Kusaeni yang sudah penulis anggap sebagai orang tua sendiri, terimakasih sudah kebersamai penulis sedari kecil, memberikan kasih sayang yang luar biasa, memberikan semangat dan doa untuk penulis sampai saat ini.
3. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah, sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

ABSTRACT

In Indonesia, trading businesses, especially cafe businesses, continue to grow every year by 15-20 percent. This number shows that the market for this industry is still very large, and encourages many business people to start their own businesses. In order to win the intense competition in Paciran village, business people must always be alert to changes in the market and create new ideas - ideas by making something different and creative while paying attention to customer wants and needs. Among the many cafes in Paciran village, Cafe Aola Lamongan is the best place to spend time with friends and family. The formulation of the problem in this research is whether there is a significant influence of digital marketing and e-service quality on Cafe Aola Lamongan customer satisfaction. This research uses quantitative methods with data collection techniques using questionnaires. The population in this study were consumers who had visited Cafe Aola and the sample in this study was 100 respondents. The results of this research show that the digital marketing variable has a significant effect on the customer satisfaction variable of Cafe Aola Lamongan, the e-service quality variable has a significant effect on the customer satisfaction variable of Cafe Aola Lamongan.

Keywords: Digital Marketing, E-Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Di Indonesia, bisnis dagang, khususnya bisnis kafe, terus berkembang setiap tahun sebesar 15–20 persen. Jumlah ini menunjukkan bahwa pasar industri ini masih sangat besar, dan mendorong banyak pelaku usaha untuk memulai bisnis mereka sendiri. Agar dapat memenangkan persaingan yang ketat di desa Paciran, pembisnis harus selalu waspada terhadap perubahan di pasar dan membuat ide baru—ide dengan membuat sesuatu yang berbeda dan kreatif sambil memperhatikan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Di antara banyak kafe di desa Paciran, Cafe Aola Lamongan adalah tempat terbaik untuk menghabiskan waktu bersama teman dan keluarga. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh signifikan *digital marketing* dan *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan Cafe Aola Lamongan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung ke Cafe Aola dan sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Cafe Aola Lamongan, variabel *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan Cafe Aola Lamongan.

Kata Kunci : *Digital Marketing, E-Service Quality, Kepuasan Pelanggan*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas limpah Rahmat dan nikmatnya. Tidak lupa sholawat serta salam senantiasa saya panjatkan bagi Nabi Muhammad SAW. Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul ‘ Pengaruh *Digital Marketing* Dan *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Aola Lamongan’. Sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis skripsi menyadari kelancaran dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan secara langsung, bimbingan, serta saran dan doa dari berbagai pihak. Pada Kesempatan ini penulis banyak berterimakasih kepada.

1. Allah SWT yang telah memberi jalan, kelancaran, kesehatan, dan kemudahan dalam mengerjakan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya yang telah mendukung penuh, memberikan doa di setiap langkahnya untuk kelancaran penelitian ini, dan membiayai kuliah saya sampai saat ini
3. Bapak Prof. Dr. Mulyanto, MM, CMA., CPA, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M, selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945.
6. Ibu Dra. Hj. Diana Juni Mulyati, M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk bimbingan, memberikan arahan dan saran yang berguna dalam pembuatan skripsi ini.
7. Ibu Dra. Awin Mulyati, M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk bimbingan, memberikan arahan dan saran yang berguna dalam pembuatan skripsi ini.
8. Keluarga besar saya yang selalu berdoa, menanyakan kabar dan menjadi penyemangat saya diwaktu suntuk

9. Seseorang yang telah kebersamaian saya sejak SMA, Mas ‘S’ terimakasih sudah menjadi tempat untuk berkeluh kesah, menjadi penyemangat dan sabar menghadapi segala hal, menjadi support system yang tidak ada habisnya.
10. Sahabat saya dirumah, Selvi, Ita dan Atus terimakasih sudah kebersamaian dan menyemangati hingga saat ini.
11. Teman – teman kos kesayangan saya, Amelia Torika, Ameliya Septia, Shafa, Nabilla, Mella, Sechillia dan Nova, terimakasih sudah berbagi banyak cerita, saling memberi semangat dan memberi doa.
12. Sahabat saya, Adelia, Daffa, Amelia, Ayumaria, Vernanda dan Riesca, terimakasih sudah menebar banyak afirmasi positif , saling dukung, saling menguatkan dan saling mendoakan.
13. Teman-teman sekolah saya tidak bisa saya sebutkan satu-satu yang selalu mendoakan, mendukung saya serta menyemangati saya selalu.
14. Teman-teman seangkatan khususnya Administrasi Bisnis 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas kebersamaan selama kuliah ini.
15. Pemilik Cafe Aola Lamongan, terimakasih telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu dalam penelitian ini
16. Terimakasih pada diri saya sendiri, karena kuat dan dan terus menyemangati diri sendiri dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan yang terbaik dan melindungi semua pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung saya, sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan dengan tepat waktu.

Dalam penulisan ini penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan adanya dukungan positif berupa kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar mampu menghasilkan karya yang baik bagi pembaca.

Surabaya, 30 Mei 2024

Alifatun Nurin Wahidah

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
SURAT BEBAS PERPUS	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Sistematika Pembahasan.....	6
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.2 Landasan Teori	16

2.2.1 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	16
2.2.2 <i>Digital Marketing</i> (Pemasaran Online).....	17
2.2.2.1 Pengertian Digital Marketing.....	17
2.2.2.2 Manfaat Digital Marketing	18
2.2.2.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Digital Marketing	19
2.2.2.4 Tujuan Digital Marketing	19
2.2.2.5 Indikator Digital Marketing	20
2.2.3 <i>E-Service Quality</i> (Kualitas Layanan Elektronik).....	21
2.2.3.1 Pengertian E-Service Quality.....	21
2.2.3.2 Karakteristik Digital Marketing.....	22
2.2.3.3 Dimensi E-Service Quality	23
2.2.3.4 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi E-Service Quality	24
2.2.3.5 Indikator E-Service Quality	25
2.2.4 Kepuasan Pelanggan.....	25
2.2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	25
2.2.4.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	26
2.2.4.3 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	26
2.2.4.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	27
2.3 Definisi Konsep	28
2.4 Definisi Operasional	29
2.5 Pola Hubungan Antar Variabel.....	29
2.6 Kerangka Berpikir	30
2.7 Hipotesis.....	31
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN	33
3.1 Rancangan Penelitian.....	33
3.2 Populasi Dan Sampel.....	33
3.2.1 Populasi	33

3.2.2 Sampel	33
3.3 Skala Pengukuran Dan Instrumen Penelitian.....	34
3.3.1 Skala Pengukuran	34
3.3.2 Instrumen Penelitian	36
3.4 Jenis Data Dan Sumber Data	37
3.4.1 Jenis Data.....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.6.3 Uji Hipotesis	40
BAB IV.....	43
PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Penyajian Data.....	43
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	43
4.1.2 Karakteristik Responden.....	44
4.1.3 Instrumen Penelitian	46
4.1.3.1 Uji Validitas.....	47
4.1.3.2 Uji Reliabilitas	47
4.1.4 Tabulasi Data.....	48
4.1.4.1 Tabulasi Data Variabel Digital Marketing.....	48
4.1.4.1.1 Analisis Rata – Rata Tabulasi Variabel <i>Digital Marketing</i>	51
4.1.4.3 Tabulasi Data Variabel E-Service Quality.....	55
4.1.4.3.1 Analisis Rata – Rata Tabulasi Variabel <i>E-Service Quality</i>	58
4.1.4.4 Tabulasi Data Variabel Kepuasan Pelanggan	60
4.1.4.4.1 Analisis Rata – Rata Variabel Kepuasan Pelanggan.....	64
4.2 Analisis Data.....	65
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	65

4.2.1.1 Uji Normalitas	65
4.2.1.2 Uji Multikolinieritas.....	66
4.2.1.3 Uji Heteroskedastisitas	67
4.2.1.4 Uji Linieritas	68
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.2.3 Uji Hipotesis	70
4.2.3.1 Uji Parsial (uji t)	71
4.2.3.2 Uji Simultan (Uji F).....	72
4.2.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	72
4.3 Pembahasan	73
4.3.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	73
4.3.2 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	74
4.2.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Dan <i>E-Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	75
BAB V	77
PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Rekomendasi	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data cafe di Kecamatan Paciran	1
Tabel 1. 2 Perkembangan Cafe Aola	2
Tabel 2. 1 Hasil peneliti terdahulu	9
Tabel 2. 2 Definisi operasional	29
Tabel 3. 1 Skala likert	35
Tabel 3. 2 Interval rata – rata skor	35
Tabel 4. 1 Responden berdasarkan jenis kelamin	44
Tabel 4. 2 Responden berdasarkan usia	45
Tabel 4. 3 Responden berdasarkan pekerjaan	45
Tabel 4. 4 Responden berdasarkan pendapatan	46
Tabel 4. 5 Responden berdasarkan berapa kali kunjungan	46
Tabel 4. 6 Hasil uji validitas	47
Tabel 4. 7 Hasil uji reliabilitas	47
Tabel 4. 8 Hasil tabulasi variabel Digital Marketing	48
Tabel 4. 9 Hasil rata – rata variabel Digital Marketing	51
Tabel 4. 10 Hasil rata – rata variabel Digital Marketing	55
Tabel 4. 11 Hasil nilai rata – rata variabel E-Service Quality	58
Tabel 4. 12 Tabulasi data variabel Kepuasan Pelanggan	60
Tabel 4. 13 Hasil rata – rata variabel Kepuasan Pelanggan	64
Tabel 4. 14 Hasil uji normalitas	65
Tabel 4. 15 Hasil uji multikolinieritas	67
Tabel 4. 16 Hasil uji linieritas variabel <i>Digital Marketing</i>	68
Tabel 4. 17 Hasil uji linieritas variabel E-Service Quality	69
Tabel 4. 18 Hasil analisis regresi linier berganda	69
Tabel 4. 19 Hasil uji parsial (uji-t)	71
Tabel 4. 20 Hasil uji simultan (uji F)	72
Tabel 4. 21 Hasil uji koefisien determinasi (R ²)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Cafe Aola Lamongan	3
Gambar 2. 1 Kerangka berpikir	31
Gambar 4. 1 Uji normalitas data model P-Plot	66
Gambar 4. 2 Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	84
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	89
Lampiran 3 Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	103
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik	104
Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	107
Lampiran 6 Uji Hipotesis.....	107
Lampiran 7 Kartu Bimbingan	108
Lampiran 8 Keterangan Bebas Lab	111
Lampiran 9 Hasil Turnitin	112
Lampiran 10 Revisi Skripsi	114