

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT GLOBAL EXPEDISI SOLUSI**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Eri Friyani  
190910080**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTRA BATAM  
TAHUN 2023**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH*, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT GLOBAL EXPEDISI SOLUSI**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
Memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:**

**Eri Friyani  
190910080**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTRA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Eri Friyani  
NPM : 190910080  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“PENGARUH *DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT GLOBAL EXPEDISI SOLUSI*”**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 14 Januari 2023



**Eri Friyani**  
**190910080**

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT GLOBAL EXPEDISI SOLUSI**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:  
Eri Friyani  
180910080**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 14 Januari 2023**

  
**Winda Evyanto, S.S., M.MPd.**  
**Pembimbing**



## ABSTRAK

Keputusan Pembelian merupakan suatu pilihan terakhir dalam bentuk tindakan membeli produk maupun jasa dalam berbagai pertimbangan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Digital Marketing*, *Word of Mouth*, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Global Expedisi Solusi. Pengumpulan data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner melalui google form yang kemudian akan diolah dengan aplikasi SPSS. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan sampling jenuh yakni 159 responden. Metode yang digunakan dalam menguji data yakni uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital marketing*, *word of mouth*, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi penelitian ini menunjukkan bahwa *digital Marketing*, *word of mouth* dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 54,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh aspek lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: *Digital Marketing*; *Word of Mouth*; Kepercayaan; Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Purchasing decision is a final choice in the form of buying products or services in various considerations. The purpose of this study was to analyze the influence of Digital Marketing, Word of Mouth, and Trust on Purchasing Decisions at PT Global Expedisi Solusi. Data collection was obtained from the results of distributing questionnaires through the Google form which would then be processed using the SPSS application. The method used in this study is a quantitative method using saturated sampling, namely 159 respondents. The methods used in testing the data are validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression test, coefficient of determination test, and hypothesis test. The results of the study show that digital marketing, word of mouth, and trust simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. The results of the test for the coefficient of determination in this study show that digital marketing, word of mouth and trust simultaneously have a significant effect on purchasing decisions by 36.4% while the rest are influenced by other aspects not examined.*

*Keywords: Digital Marketing; Word of Mouth; Trust; Buying decision*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.SI. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M.MPd. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan sepenuhnya;
7. Seluruh teman dan sahabat seperjuangan universitas putera batam yang saling memberikan dukungan untuk penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 14 Januari 2023



Eri Friyani





## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Batasan Masalah .....	6
1.4. Rumusan Masalah .....	6
1.5. Tujuan Penelitian .....	7
1.6. Manfaat Penelitian .....	8
1.6.1. Manfaat Teoritis .....	8
1.6.2. Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Kajian Teori .....	9
2.1.1. <i>Digital Marketing</i> .....	9
2.1.1.1. Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	9
2.1.1.2. Indikator <i>Digital Marketing</i> .....	10
2.1.1.3. Kelebihan <i>Digital Marketing</i> .....	10
2.1.1.4. Kelemahan <i>Digital Marketing</i> .....	12
2.1.2. <i>Word of Mouth</i> .....	13
2.1.2.1. Pengertian <i>Word of Mouth</i> .....	13
2.1.2.2. Indikator <i>Word of Mouth</i> .....	13
2.1.2.3. Manfaat dari <i>Word of Mouth</i> .....	14
2.1.2.4. Faktor yang mempengaruhi <i>Word of Mouth</i> .....	14
2.1.3. Kepercayaan .....	15
2.1.3.1. Pengertian Kepercayaan .....	15
2.1.3.2. Indikator Kepercayaan .....	15
2.1.3.3. Tiga Macam Kepercayaan .....	16
2.1.3.4. Elemen Kepercayaan .....	16
2.1.4. Keputusan Pembelian .....	17
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	17
2.1.4.2. Indikator Keputusan Pembelian .....	18
2.1.4.3. Tipe Keputusan Pembelian .....	18
2.1.4.4. Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	19
2.2. Penelitian Terdahulu .....	19

2.3.	Kerangka Pemikiran.....	21
2.3.1.	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.2.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.3.3.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.4.	Hipotesis.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
3.1.	Jenis Penelitian.....	24
3.2.	Sifat Penelitian .....	24
3.3.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	24
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	24
3.3.2.	Periode Penelitian.....	25
3.4.	Populasi dan Sampel .....	25
3.4.1.	Populasi .....	25
3.4.2.	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	25
3.4.3.	Teknik Sampling .....	26
3.5.	Sumber Data.....	26
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
3.8.	Metode Analisis Data.....	28
3.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif .....	28
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	28
3.8.2.1	Uji Validitas .....	28
3.8.2.2	Uji Reliabilitas .....	29
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	29
3.8.3.1	Uji Normalitas.....	29
3.8.3.2	Uji Multikolinieritas.....	29
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	30
3.8.4	Uji Pengaruh.....	30
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
3.8.4.2	Analisis Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	30
3.9	Uji Hipotesis.....	31
3.9.1	Uji T .....	31
3.9.2	Uji F .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	33
4.1.1.	Sejarah Objek Penelitian .....	33
4.1.2.	Logo Perusahaan .....	33
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden .....	33
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	34
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	35
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden .....	35
4.3.1.	Deskripsi Jawaban Responden (X1) <i>Digital Marketing</i> .....	35
4.3.2.	Deskripsi Jawaban Responden (X2) <i>Word of Mouth</i> .....	37
4.3.3.	Deskripsi Jawaban Responden (X3) Kepercayaan.....	38
4.3.4.	Deskripsi Jawaban Responden (Y) Keputusan Pembelian.....	40

4.4.	Analisis Data .....	41
4.4.1.	Hasil Uji Validitas .....	41
4.4.2.	Hasil Uji Reliabilitas .....	42
4.4.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.3.1.	Hasil Uji Normalitas.....	43
4.4.3.2.	Hasil Uji Multikolinearitas .....	45
4.4.3.3.	Hasil Uji Heterokedasititas.....	45
4.4.4.	Hasil Uji Pengaruh .....	46
4.4.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
4.4.4.2.	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ).....	47
4.5.	Uji Hipotesis.....	48
4.5.1.	Uji T (Uji Parsial).....	48
4.5.2.	Uji F (Uji Simultan).....	49
4.6.	Pembahasan .....	49
4.6.1.	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Global Expedisi Solusi.....	49
4.6.2.	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Global Expedisi Solusi.....	50
4.6.3.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Global Expedisi Solusi.....	50
4.6.4.	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> , <i>Word of Mouth</i> , dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT Global Expedisi Solusi.....	51
4.7.	Implikasi Penelitian.....	51
4.7.1.	Implikasi Teoritis.....	51
4.7.2.	Implikasi Praktis.....	52
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1.	Kesimpulan .....	53
5.2.	Saran.....	53

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Pemikiran .....	22
<b>Gambar 4.1</b> Logo PT Global Expedisi Solusi .....	33
<b>Gambar 4.1</b> Diagram Histogram .....	43
<b>Gambar 4.2</b> Diagram Normal P-P Plot.....	44

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Data Penjualan Berdasarkan Kg.....	5
<b>Tabel 2.1</b> Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu .....	19
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	25
<b>Tabel 3.2</b> Definisi Operasional.....	27
<b>Tabel 3.3</b> Skala Likert .....	28
<b>Tabel 4.1</b> Identitas responden berdasarkan jenis kelamin.....	34
<b>Tabel 4.2</b> Identitas responden berdasarkan usia.....	34
<b>Tabel 4.3</b> Identitas responden berdasarkan pendidikan terakhir .....	35
<b>Tabel 4.4</b> Skor Indikator Digital Marketing (X1) .....	36
<b>Tabel 4.5</b> Skor Indikator Word of Mouth (X2).....	37
<b>Tabel 4.6</b> Skor Indikator Kepercayaan (X3) .....	38
<b>Tabel 4.7</b> Skor Indikator Keputusan Pembelian (Y) .....	40
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Uji Validitas .....	41
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	43
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	44
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	47
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji T.....	48
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji F .....	49

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Uji Regresi Linear Berganda .....	30
<b>Rumus 3.2</b> Uji T .....	31
<b>Rumus 3.3</b> Uji F .....	32