

**ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, CITRA
MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI DAN
LOYALITAS MEREK PADA PRODUK STARCROSS**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Nicolaus Ivan Adrianata

NPM : 210326453

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, CITRA
MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI
DAN LOYALITAS MEREK PADA PRODUK STARCROSS**

Disusun Oleh:

Nicolaus Ivan Adrianata

NPM: 210326453

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing,



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

18 September 2025

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, CITRA
MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI
DAN LOYALITAS MEREK PADA PRODUK STARCROSS**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nicolaus Ivan Adrianata

NPM : 210326453

Telah dipertahankan dan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 4 September 2025

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar sarjana manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



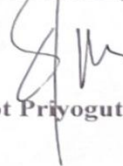
**Wenefrida Mahestu Noviandra
Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.**

Anggota Panitia Penguji



**Oscar Chrismadian Noventa,
SE., M.SC.**

Pembimbing



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 18 September 2025

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI DAN LOYALITAS MEREK PADA PRODUK STARCROSS

Merupakan hasil karya yang ditulis oleh saya sendiri baik pernyataan, ide, kutipan langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain akan dinyatakan secara tertulis dalam skripsi penelitian ini pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi baik sebagian maupun keseluruhan dalam skripsi ini maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan saya akan mengembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Agustus 2025

Yang menyatakan



Nicolaus Ivan Adrianata

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, karunia, dan Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan penelitian skripsi ini dengan baik. Penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Pemasaran Digital, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Niat beli Dan Loyalitas Merek Produk Starcross" ini dilakukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dapat terselesaikan karena adanya bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, penulis juga hendak mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah senantiasa memberikan bimbingan, bantuan dan dukungan dalam terselesainya penulisan skripsi ini, antara lain :

- 1) Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan karunia pada penulis, sehingga penulis diberikan kesehatan dan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 2) Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA., Selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mendampingi, memberi masukan, dan membantu dalam proses penyusunan penelitian ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.
- 3) Keluarga saya yang tercinta, Bapak Agus Purbiyantoro, Ibu Sapto Dewi, kakak saya Maria Fransisca Adrianata yang selalu mendoakan, menemani, memberikan dukungan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

- 4) Seluruh dosen, *staff*, dan karyawan UAJY terkhusus FBE UAJY yang telah memberi ilmu dan pengalaman pada penulis ketika berada dalam masa studi.
- 5) Teman-teman Skripsi David, Steven, Valen, Owen, Bintang, dan Andre yang senantiasa mendampingi, mendoakan, memberi dukungan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 6) Teman-teman terdekat yaitu Nemang, Angger, Naren, Mocan, Stephan, Aril, Arya, Bv, dan Dupe yang senantiasa mendampingi, mendoakan, memberi dukungan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 7) Teman-teman PIPH dan Anggota HMPSM yang telah memberi pengalaman, kenangan, dan kenyamanan semasa berkuliah di Atma Jaya Yogyakarta.
- 8) Teman-teman ADPL yang memberi suport dan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
- 9) Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
- 10) Seluruh teman penulis dan keluarga besar yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendoakan, memberi semangat dan bantuan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti juga menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penelitian ini, maka dari itu peneliti memohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber berharga untuk penelitian di masa depan.

Yogyakarta, 13 Agustus 2025

Penulis



Nicolaus Ivan Adrianata



MOTTO

” I can do all things through Christ who strengthens me”

(Philippians 4 :13)

”Janganlah takut, sebab aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab aku ini Allahmu; Aku akan meneguhkan bahkan aku menolong engkau; Aku akan memegang engkau dengan tangan kananku yang membawa kemenangan”

(Yesaya 40 : 10)

”Namun tiap kali ku dengar namamu, makin terbayang masa depanku”

Timur (The Adams)

“Dunia boleh saja menahanku, Kupunya doa ibu”

Tapi (Perunggu)

” Di laut yang tenang dan pikiran yang matang dan semua umpatan yang ku redam, Kan ku tuai semua yang ku tanam di laut yang tenang”

Pikiran Yang Matang (Perunggu)

”Satu terakhir dari tujuh, Saatnya tanggalkan baju peranku, Sandarkanlah tubuh lemah lelah, Sandarkan, Sandarkan dulu”

Mengisi Akhir Pekan (Fstvlst)

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori	11
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Hipotesis Penelitian	29
2.4. Kerangka Teoritis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian	35
3.2 Objek, Subjek Penelitian dan Lokasi Penelitian.....	35
3.3 Populasi & Sampel Penelitian	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	37
3.5 Definisi Operasional.....	38
3.6 Skala Pengukuran	47
3.7 Face Validity	48

3.8 Metode Analisis Data	52
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Analisis Profil Responden	55
4.2 Analisis Data.....	60
4.3 Pembahasan	76
BAB V PENUTUP DAN IMPLIKASI MANAJERIAL.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Implikasi Manajerial.....	80
5.3 Keterbatasan Penelitian	83
5.4 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional	38
Tabel 3.2 Face Validity	48
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	58
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	59
Tabel 4.6 Nilai Outer Loading (Loading Factor)	63
Tabel 4.7 Nilai Average Variance Ectracted (AVE)	64
Tabel 4.8 Nilai <i>Cross Loading</i>	66
Tabel 4.9 Nilai Cronbach's alpha dan Composite Reliability	68
Tabel 4.10 Nilai <i>R-square</i>	70
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>F-square</i>	72
Tabel 4.12 Hasil Path Coefficients	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk Starcross di Platform Shopee	5
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	34
Gambar 4.1 Model Struktural SEM PLS	60
Gambar 4.2 Model Struktural Hasil SEM PLS.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner <i>Google Foom</i>	87
Lampiran 2 <i>Screen Shoot</i> Kuisisioner <i>Google Form</i>	93
Lampiran 3 Data Mentah Kuesisioner.....	103
Lampiran 4 Data dan Jawaban Kuisisioner	109
Lampiran 5 <i>Screen Shoot</i> Hasil Olah Data	122
Lampiran 6 Jurnal Acuan Utama	125
Lampiran 7 <i>Screen Shoot</i> Hasil Turnitin.....	134

**ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, CITRA MEREK, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP NIAT BELI DAN LOYALITAS MEREK
PRODUK STARCROSS**

Disusun oleh :

Nicolaus Ivan Adrianata

Pembimbing :

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

ABSTRAK

Saat ini kebangkitan teknologi digital telah mengubah lanskap pemasaran dan perilaku konsumen secara signifikan. Dengan adanya kemajuan teknologi dan akses internet telah mendorong pesatnya pertumbuhan belanja online. Fenomena ini sangat mencerminkan perilaku generasi muda, termasuk generasi Z untuk terlibat dalam ruang virtual. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara pemasaran digital, citra merek, persepsi harga pada niat beli dan loyalitas merek produk Starcross. Subjek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah konsumen terutama generasi Z yang pernah mendengar atau menggunakan produk Starcross. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu *purposive sampling* dengan menggunakan skala *likert* 5 poin yang disajikan dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan *google form*. Data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner yaitu sebanyak 154 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling – Partial Least Square Software SmartPLS 4* digunakan untuk melakukan hal ini. Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini bahwa pemasaran digital berpengaruh terhadap niat beli, citra merek berpengaruh terhadap niat beli, persepsi harga berpengaruh terhadap niat beli dan niat beli berpengaruh terhadap loyalitas merek.

Keyword: Pemasaran Digital, Citra Merek, Persepsi Harga, Niat beli, Loyalitas Merek.