

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
TOKOPEDIA BAGI ANAK MUDA**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagai Prasyarat Mencapai

Derajat Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Fransiskus Xaverius Oky Pangihutan Turnip

NPM 210326209

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA BAGI ANAK MUDA

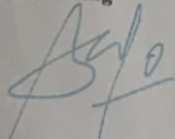
Disusun oleh:

Fransiskus Xaverius Oky Pangihutan Turnip

NPM: 210326209

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Yogyakarta, 10 Oktober 2025

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA BAGI ANAK MUDA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Fransiskus Xaverius Oky Pangihutan Turnip

NPM: 210326209

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 18 November 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji

**Dr. Martinus Parnawa Putranta, MBA.,
Ph.D.**

Anggota Panitia Penguji

Api Adyantari, SA., MBA.

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Yogyakarta, 18 November 2025

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

W. Mahestu Novlandra Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA BAGI
ANAK MUDA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa seluruh isi skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri. Setiap kutipan, pendapat, maupun gagasan yang berasal dari karya atau pemikiran pihak lain telah dicantumkan secara tertulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti terdapat unsur plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan gelar akademik dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 Oktober 2025



Fransiskus Xaverius Oky Pangihutan Turnip

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Pengaruh Pemasaran Digital dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Bagi Anak Muda. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak akan dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang besar dan tulus kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat, hikmat, dan karunia-Nya dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat berjalan dengan lancar dan selesai dengan baik.
2. Ibu W. Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian ini.
3. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Pengajar di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah dengan ikhlas membagikan ilmu dan pengalaman selama masa perkuliahan.
4. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Marlon Albanus Turnip dan Ibu Sarlina Br Nainggolan selaku orang tua yang telah memberikan kepercayaan kepada penulis untuk menuntut ilmu jauh dari rumah serta memberikan dukungan, doa, dan nasihat yang terbaik dari awal sampai akhir perkuliahan.
6. Fidelis Citra Br Turnip, Dominicus Loi Turnip, dan Rafael Anjoi Turnip selaku Adik penulis yang telah memberikan semangat kepada penulis.
7. Ardi Pangihutan Simarmata, Dervin Purba, Fadlin Fahri, Yones Simarmata, Dapot Sangap Sipakkar, Paquita Margaret Sibarani, Jasio Conaldo Sidabutar, Helmon Van Burju Sidabutar, Antonius Febrianto Tamba selaku teman begadang dalam mengerjakan skripsi dan memberikan hiburan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
8. Pihak-pihak yang telah membantu dan terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan karya ini di masa yang akan datang. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca serta pihak-pihak yang memerlukannya.

MOTTO

"Segala sesuatu yang kamu minta dalam doa dengan penuh kepercayaan, kamu akan menerimanya."

(Matius 21:22)

"Karena bagi Allah tidak ada yang mustahil."

(Lukas 1:37)

"Janganlah lupa untuk berbuat baik dan membagi-bagikan apa yang kamu miliki."

(Ibrani 13:16)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong pertumbuhan industri *e-commerce* di Indonesia dan meningkatkan persaingan antar *e-commerce*. Kondisi ini menuntut perusahaan *e-commerce* untuk mengoptimalkan pemasaran digital serta meningkatkan kepuasan pelanggan guna memengaruhi keputusan pembelian, khususnya pada kalangan anak muda sebagai pengguna internet paling aktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran digital dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian pada Tokopedia bagi anak muda usia 18-24 tahun.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner *online* yang disebarakan kepada responden yang pernah melakukan pembelian di Tokopedia. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 181 orang. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, kepuasan pelanggan juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemasaran digital yang efektif serta tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi mampu meningkatkan keyakinan anak muda dalam mengambil keputusan pembelian di Tokopedia.

Kata kunci: pemasaran digital, kepuasan pelanggan, keputusan pembelian

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pemasaran Digital.....	8
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	10
2.3 Keputusan Pembelian	12
2.4 Penelitian Terdahulu.....	14
2.5 Hipotesis.....	18
2.6 Kerangka Penelitian	20
BAB III	21
METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data	21
3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	21

3.3 Definisi Operasional Variabel	22
3.4 Metode Pengukuran Data	24
3.5 Metode Pengumpulan Data	24
3.6 Instrumen Penelitian	25
3.7 Metode Pengujian Instrumen	25
3.7.1 Uji Validitas	25
3.7.2 Uji Reliabilitas	26
3.8 Metode Analisis Data	26
3.8.1 Analisis Deskriptif	26
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	27
a. Uji Normalitas	27
b. Uji Multikolinearitas	27
c. Uji Heteroskedastisitas	28
3.8.3. Analisis Regresi Linear Berganda	28
3.8.4 Uji Hipotesis	29
a. Uji F	29
b. Uji t	29
3.8.5 Analisis Koefisien Determinasi Berganda	30
BAB IV	31
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Hasil Analisis Identitas Responden	31
4.2 Hasil Pengujian Instrumen	32
4.2.1 Uji validitas	32
4.2.2 Uji Reliabilitas	33
4.3 Hasil Analisis Deskriptif	34
4.3.1 Variabel Pemasaran Digital	34
4.3.2 Variabel Kepuasan Pelanggan	34
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian	35
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	36
4.4.1 Uji Normalitas	36
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	36
4.4.3 Uji Multikolinearitas	37

4.5 Hasil Regresi Linear Berganda.....	37
4.6 Hasil Uji Hipotesis	38
4.6.1 Uji F	38
4.6.2 Uji t	39
4.7 Koefisien Determinasi Berganda.....	40
4.8 Pembahasan	40
4.8.1 Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian	40
4.8.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian	41
BAB V.....	43
KESIMPULAN	43
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Implikasi Manejerial.....	44
5.3 Keterbatasan Penelitian	45
5.4 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	50
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	50
Lampiran 2 Jawaban Responden	53
Lampiran 3 Analisis Data Responden	75
Lampiran 4 Uji Deskriptif	76
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas	77
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	80
Lampiran 7 Uji Hipotesis	81
Lampiran 8 Koefisien Determinasi	82
Lampiran 9 Hasil Turnitin	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	24
Tabel 4.1 Identitas Responden	31
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	33
Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif Pemasaran Digital	34
Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan	35
Tabel 4.6 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	37
Tabel 4.10 Hasil Uji F	38
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	39
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi Berganda.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	20
--------------------------------------	----

