

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KRUPUK CAP DUA GAJAH DI KABUPATEN
INDRAMAYU**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

HANNY KHAERUNNISA

NIM. 2008204126

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

SYEKH NURJATI CIREBON

TAHUN 1445 H / 2024 M

ABSTRAK

Hanny Khaerunnisa. NIM: 2008204126. “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KRUPUK CAP DUA GAJAH DI KABUPATEN INDRAMAYU”. Skripsi 2024.

Krupuk Cap Dua Gajah adalah salah satu produk makanan ringan yang populer di Kabupaten Indramayu. *Digital marketing* memainkan peran penting dalam menciptakan kesadaran dan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk. Namun *digital marketing* yang digunakan hanya WhatsApp dan Facebook. Citra merek yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Krupuk Cap Dua Gajah yang memiliki citra merek yang baik akan cenderung lebih diminati oleh konsumen dibandingkan dengan produk sejenis yang citra mereknya kurang baik. Krupuk Cap Dua Gajah yang memiliki kualitas yang baik akan memberikan pengalaman konsumsi yang memuaskan bagi konsumen, sehingga meningkatkan loyalitas konsumen dan kemungkinan pembelian ulang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian krupuk cap dua gajah di Kabupaten Indramayu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 100 dengan menggunakan rumus Lemeshow, yang diambil melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis dengan SPSS 25. Teknik pengambilan sampel diambil menggunakan teknik probability sampling. Analisis data mencakup uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *Digital Marketing* terhadap keputusan pembelian krupuk cap dua gajah. Dengan nilai T_{hitung} untuk *Digital marketing* sebesar $7,084 > T_{tabel}$ sebesar 1,661. Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap terhadap Keputusan pembelian krupuk cap dua gajah. Dengan nilai T_{hitung} untuk Citra Merek sebesar $6,502 > T_{tabel}$ sebesar 1,661. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap Keputusan pembelian krupuk cap dua gajah. Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian krupuk cap dua gajah. Dengan nilai T_{hitung} untuk kualitas produk sebesar sebesar $8,771 > T_{tabel}$ sebesar 1,661. Hasil analisis secara simultan menunjukkan Digital marketing, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian krupuk cap dua gajah. Dengan hasil nilai F_{hitung} sebesar $65,339 > F_{tabel}$ sebesar 2,70

Kata Kunci: *Digital marketing*, Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Hanny Khaerunnisa. NIM: 2008204126. "FACTORS INFLUENCING PURCHASING DECISIONS FOR KRUPUK CAP DUA GAJAH IN INDRAMAYU DISTRICT". Thesis 2024.

Krupuk Cap Dua Gajah is one of the popular snack products in Indramayu Regency. Digital marketing plays an important role in creating awareness and influencing consumer perception of products. However, the only digital marketing used is WhatsApp and Facebook. A strong brand image can increase consumer confidence in the product. Cap Dua Gajah crackers which have a good brand image will tend to be more popular with consumers compared to similar products with a less good brand image. Cap Dua Gajah crackers that have good quality will provide a satisfying consumption experience for consumers, thereby increasing consumer loyalty and the possibility of repeat purchases.

This research aims to analyze the influence of digital marketing, brand image, and product quality on purchasing decisions for two elephant cap crackers in Indramayu Regency. This research used a quantitative approach with a total of 100 respondents using the Lemeshow formula, which was taken through distributing questionnaires and analyzed using SPSS 25. The sampling technique was taken using probability sampling technique. Data analysis includes research instrument testing, classical assumption testing, hypothesis testing, and coefficient of determination testing.

The results of this research indicate that there is a significant influence between Digital Marketing on purchasing decisions for two elephant cap crackers. With a Tcount value for Digital marketing of $7.084 > T_{table}$ of 1.661. Brand image has a significant influence on the decision to purchase two elephant stamped crackers. With a Tcount value for Brand Image of $6.502 > T_{table}$ of 1.661. Product quality has a significant influence on the decision to purchase two elephant stamped crackers. Product Quality on Purchasing Decisions of Two Gajah Stamped Crackers. With a Tcount value for product quality of $8.771 > T_{table}$ of 1.661. The results of the analysis simultaneously show that digital marketing, brand image and product quality influence the decision to purchase two elephant stamped crackers. With the resulting Fcount value of $65.339 > F_{table}$ of 2.70.

Keywords: Digital marketing, Brand Image, Product Quality and Purchasing Decisions

الملخص

في جاجاه دوا كاب كروبوك لـ الشراء قرارات في المؤثرة العوامل". 2008204126 نيم خيرونيسا هاني 2024 أطروحة. "إندرامايو منطقة

تطور ومع. إندرامايو مقاطعة في الخفيفة للوجبات شهير غذائي منتج هو جاجاه دوا كاب كروبوك قرارات زيادة في للمنتجين مهم الرقمي التسويق استخدام فإن المستهلك، سلوك في والتغيرات التكنولوجيا المستهلك يتخذها التي الشراء قرارات على أيضًا المنتج وجودة التجارية العلامة صورة وتؤثر. الشراء قرارات على المنتج وجودة التجارية العلامة وصورة الرقمي التسويق تأثير تحليل إلى الدراسة هذه تهدف ما مع كميًا نهجًا الدراسة هذه تستخدم. إندرامايو محافظة في جاجاه دوا كاب بالكروبوك الخاصة الشراء وتحليلها الاستبيانات توزيع خلال من أخذها تم التي ليميشو صيغة باستخدام مستجيب مائة مجموعه وتضمن. الاحتمالية العينات أخذ أسلوب باستخدام العينات أخذ أسلوب أخذ تم. SPSS 25 برنامج باستخدام معامل واختبار الفرضيات، واختبار الكلاسيكية، الافتراضات واختبار البحث، أداة اختبار البيانات تحليل التحديد.

شراء قرار على المنتج وجودة التجارية العلامة وصورة الرقمي للتسويق كبير تأثير وجود النتائج أظهرت لكل ($p < 0.05$) كبير واحتمال الزمني الجدول يتجاوز مرات عدد وجود مع جاجاه، دوا كاب كروبوك قرارات على الثلاثة العوامل لهذه الكبير التأثير أيضًا المتزامن التحليل نتائج أظهرت كما. مستقل متغير الشراء.

الشراء وقرارات المنتج جودة التجارية، العلامة صورة الرقمي، التسويق: البحث الكلمات



PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI
SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KRUPUK CAP DUA GAJAH DI KABUPATEN
INDRAMAYU

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

Hanny Khaerunnisa

NIM. 2008204126

Pembimbing I

Pembimbing II

H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 19731125 201411 1 002

Yati Haryati, M.Sc

NIP. 19890203 201903 2 009

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Salimat Oron Busthomi Lc., M.Ag

NIP. 19731223 2200701 1 022

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di Cirebon

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara/ **HANNY KHAERUNNISA**, NIM: 2008204126 dengan judul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KRUPUK CAP DUA GAJAH DI KABUPATEN INDRAMAYU"**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing I
Pembimbing II
IAIN SYEKH NURJATI
CIREBON

H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si

NIP. 19731125 201411 1 002

Yati Harvati, M.Sc

NIP. 19890203 201903 2 009

Mengetahui:



Achmad Oton, Msthomani Lc., M.Ag

NIP. 19731223 2200701 1 022

PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrohim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hanny Khaerunnisa

Nim : 2008204126

Tempat Tanggal Lahir : Indramayu, 20 Juni 2002

Alamat : Desa Lobener Lor, Kcc. Jatibarang, Kab.
Indramayu

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KRUPUK CAP DUA GAJAH DI KABUPATEN INDRAMAYU**" ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim keaslian karya saya ini.

Cirebon, 01 Mei 2024

Pembuat Pernyataan,



Hanny Khaerunnisa

NIM. 2008204126

LEMBAR PENGESAHAN


Skripsi yang berjudul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KRUPUK CAP DUA GAJAH DI KABUPATEN INDRAMAYU". Oleh Hanny Khaerunnisa, NIM: 2008204126. Telah diajukan dalam sidang munaqasyah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal.


Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBSI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.



Penguji I

Penguji II


Dr. Lavaman, SE., M.Si.
NIP. 19721007 201101 1 002


Achmad Otong, M.Ag.
NIP. 19731223 2200701 1 022

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi Bapak Carpan dan Ibu Ranisem yang tercinta, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada bapa dan mama yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi awal untuk membuat bapa dan ibu bahagia karna kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk bapak Carpan dan Ibu Ranisem yang selalu membuat termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik. Kedua, skripsi ini saya persembahkan kepada kedua Kakak saya yaitu Heri & Fathonah yang memberikan dukungan, semangat dan motivasi sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.

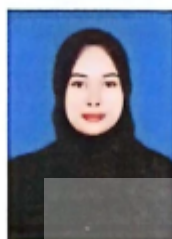


MOTTO

“Orang lain ga akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka tahu hanya bagian *success storiesnya* aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun gak akan yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga denga apa yang kita perjuangkan hari ini. Jadi tetap berjuang ya.”



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kabupaten Indramayu tanggal 20 Juni 2002. Dengan penuh kasih sayang penulis di besarkan dengan diberi Hanny Khaerunnisa. Penulis adalah anak ketiga dari tiga bersaudara dari pasangan Ibu Ranisem dengan Bapak Carpan. Penulis tinggal di Blok Kebon Kopi Ds. Lobener Lor, Kec. Jatibarang Kab. Indramayu.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis yakni sebagai berikut:

1. MIN 5 Indramayu
2. MTS Fattah Hasyim Jombang
3. MA Fattah Hasyim Jombang

Penulis menempuh pendidikan (S-1) di program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon dan menyusun skripsi dengan judul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KRUPUK CAP DUA GAJAH DI KABUPATEN INDRAMAYU"** dibawah bimbingan Bapak H. Syacful Bakhri, S.E, M.Si dan Ibu Yati Haryati, M.Sc.

Cirebon, 01 Mei 2024

Hanny Khaerunnisa

NIM. 2008204126

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas berkah dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah, yaitu penyusunan skripsi dengan judul "**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KRUPUK CAP DUA GAJAH DI KABUPATEN INDRAMAYU**" Sholawat serta salam tak lupa tercurahkan kepada junjungan Nabi Agung Muhammad SAW. Yang telah membawa kita semua dari zaman kegelapan hingga zaman terang benderang seperti saat ini.

Penyelesaian skripsi ini tidak luput dari dukungan berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih sebagai penghargaan kepada semua pihak. Terkhusus untuk keluarga dan orangtua yang selalu memberikan segala bentuk dukungan baik dari segi moral maupun material. Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon
2. Dr. H. Didi Sukardi, M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si, Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah sekaligus Dosen Pembimbing I yang dengan sabar memberkan bimbingan dan arahan sehingga penulis skripsi ini dapat terselesaikan semakin baik.
5. Yati Haryati, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar membimbing, memotivasi dan memberikan saran-saran kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
6. Seluruh Dosen dan Staff khususnya jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
7. Maripah yang sudah membantu, memberi support dan menjadi tempat keluh kesah.
8. Keluarga besar Ekonomi Syariah D yang sudah berjuang bersama selama 4 tahun dalam perkuliahan.

9. Pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah Banyak memberikan pengalaman, motivasi, do'a dan semangat kepada penulis. Semoga bantuan dan dukungan yang bersifat moril maupun material dari berbagai pihak tersebut dapat menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT. Aamiin....
10. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Hanny Khaerunnisa terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai titik ini, terimakasih karena memutuskan tidak menyerah sesuai apapun proses Menyusun skripsi ini dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini semua pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Terima kasih, Hanny.



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المُلخَص	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
NOTA DINAS.....	v
PERNYATAAN OTENTITAS SKRIPSI	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
KATA PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat secara Teoritis	11
2. Manfaat secara Praktis.....	11
G. Sistematika Penulisan	11
BAB II.....	13
KAJIAN TEORI	13
A. <i>Grand Teory</i>	13
B. Keputusan Pembelian	15
C. <i>Digital marketing</i>	20

D. Kualitas Produk	21
E. Citra Merek	23
F. Penelitian Terdahulu	24
G. Kerangka Pemikiran.....	31
H. Pengembangan Hipotesis.....	32
BAB III.....	37
METODOLOGI PENELITIAN.....	37
A. Tempat dan waktu penelitian.....	37
B. Jenis dan pendekatan penelitian	37
C. Populasi dan sampel penelitian.....	38
D. Sumber data	39
E. Definisi operasional variabel	40
F. Teknik pengumpulan data	43
G. Teknis analisis data	45
BAB IV.....	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Gambaran Objek Penelitian	53
B. Analisis Dekriptif	54
C. Analisis Deskripsi Variabel.....	57
D. Analisis Responden	66
E. Hasil Uji Validitas	70
F. Hasil Uji Reabilitas	72
G. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	72
H. Uji Hipotesis.....	78
I. Pembahasan	81
BAB V.....	93
PENUTUP.....	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 WhatsApp krupuk Cap Dua Gajah.....	5
Gambar 1.2 Facebook krupuk Cap Dua Gajah.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2021-2024.....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.2	Skala Pengukuran Variabel.....	43
Tabel 4.1	Tingkat Capaian Responden.....	54
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	56
Tabel 4.3	Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap <i>Digital Marketing</i>	57
Tabel 4.4	Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Citra Merek.....	58
Tabel 4.5	Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk.....	59
Tabel 4.6	Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian....	60
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
Tabel 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	65
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	66
Tabel 4.13	Hasil Uji Reabilitas.....	68
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.15	Hasil Uji Linearitas $Y * X_1$	70
Tabel 4.16	Hasil Uji Linearitas $Y * X_2$	70
Tabel 4.17	Hasil Uji Linearitas $Y * X_3$	71
Tabel 4.18	Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Tabel 4.19	Hasil Uji Heterokedastitas.....	72
Tabel 4.20	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel 4.21	Hasil Uji T.....	74
Tabel 4.22	Hasil Uji F.....	75
Tabel 4.23	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 2: Uji Instrumen Hasil Kuesioner Responden	109
Lampiran 3: Data Responden 100.....	123
Lampiran 4: Tabel R	134
Lampiran 5: Tabel Uji T	135
Lampiran 6: SK Pembimbing	138
Lampiran 7: Surat Pengantar Penelitian.....	139
Lampiran 8: Dokumentasi Penelitian.....	140
Lampiran 9: Hasil Turnitin	141

