

**PENGARUH *DIRECT MARKETING* DAN *DIGITAL MARKETING*,  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Usaha Spare Part Pada Cikal Motor Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**MUHTAR HAKIM**  
NPM. 16610165

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2021**



**PENGARUH *DIRECT MARKETING* DAN *DIGITAL MARKETING*,  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Usaha Spare Part Pada Cikal Motor Bandar Lampung)**

**SKRIPSI**

**Diajukan  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Dalam Penyusunan Skripsi**

**Oleh:**

**MUHTAR HAKIM**

NPM. 16610165

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO  
2021**

## ABSTRAK

Muhtar Hakim. 2021. *Pengaruh Direct Marketing dan Digital Marketing terhadap Keputusan Penelitian (Studi Kasus Usaha Spare Part pada Cikal Motor Bandar Lampung)*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) H. Suwanto, S.E., M.M. (2) Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M.

**Kata kunci:** *Direct Marketing Digital Marketing, Keputusan pembelian.*

Pemasaran produk merupakan salah satu kunci untuk memaksimalkan tujuan usaha dalam menghasilkan laba. Pemasaran dikenal dengan dua tipe yakni *direct marketing* dan *digital marketing* dalam upaya untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. *Direct marketing dan digital marketing* dilakukan untuk mengenalkan dan mempromosikan produk sebagai salah satu strategi pemasaran.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *direct marketing* dan *digital marketing*, terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Usaha Spare Part Pada Cikal Motor Bandar Lampung).

Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah *direct marketing* dan *digital marketing*, dan keputusan pembelian. Kegiatan penelitian ini dilakukan di Cikal Motor Bandar Lampung. Populasi penelitian adalah pelanggan *Cikal Motor Bandar Lampung* dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa kualitas data dan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan secara partial *direct marketing* dan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan *direct marketing* dan *digital marketing* secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan Cikal Motor Bandar Lampung.

## ABSTRACT

Muhtar Hakim. 2021. *The Influence of Direct Marketing and Digital Marketing on Research Decisions (Case Study of Spare Part Business at Cikal Motor Bandar Lampung)*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) H. Suwanto, S.E., M.M. (2) Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M.

**Kata kunci:** *Direct Marketing Digital Marketing, Purchase decision.*

*Product marketing is one of the keys to maximizing business objectives in generating profits. There are two types of marketing, namely direct marketing and digital marketing in an effort to influence consumer decisions in buying the products offered. Direct marketing and digital marketing are carried out to introduce and promote products as one of the marketing strategies.*

*The purpose of this study was to analyze the effect of direct marketing and digital marketing on purchasing decisions (Case Study of Spare Part Business at Cikal Motor Bandar Lampung).*

*The research design is quantitative research or verification research. The method used in this research is descriptive quantitative method. The objects in this research are direct marketing and digital marketing, and purchasing decisions. This research activity was conducted at Cikal Motor Bandar Lampung. The research population is the customers of Cikal Motor Bandar Lampung with the number of samples taken as many as 96 respondents. Data collection techniques using questionnaires. The analytical tool used is data quality analysis and multiple linear regression analysis with SPSS program.*

*The results of the study show that partially direct marketing and digital marketing have a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously direct marketing and digital marketing together have an influence on the purchasing decisions of Cikal Motor Bandar Lampung customers.*

**HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *DIRECT MARKETING* DAN *DIGITAL MARKETING*,  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Usaha Spare Part Pada Cikal Motor Bandar Lampung)**

**MUHTAR HAKIM  
NPM. 16610165**

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 26 Agustus 2021  
Tempat Ujian : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro

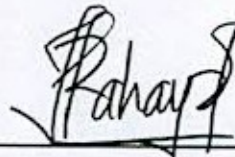
Tim Penguji,

**H. Suwanto, S.E., M.M.**  
NIDN. 0210036801



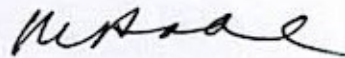
**Ketua Penguji**

**Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M.**  
NIDN: 0227067602



**Sekretaris**

**Ratmono, S.E., M.M.**  
NIDN: 0220076001



**Penguji Utama**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**H. Suwanto, S.E., M.M.**  
NIDN: 0210036801

## HALAMAN PERSETUJUAN


**PENGARUH *DIRECT MARKETING* DAN *DIGITAL MARKETING*,  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi Kasus Usaha Spare Part Pada Cikal Motor Bandar Lampung)**

**MUHTAR HAKIM**

NPM. 16610165

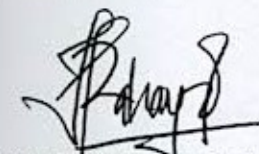
Metro, Agustus 2021

Pembimbing I



**H. Suwanto, S.E., M.M.**  
NIDN. 0210036801

Pembimbing II



**Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M.**  
NIDN. 0227067602

Ketua Program Studi Manajemen



**Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.**  
NIDN. 0223027901

## **MOTTO**

*“Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya”*

*(Ath-Thalaq ayat 2)*

*“Hasbunallah wa nikmal wakil, Nikmal maula wa Nikman Nasir”*

*(Ali Imron, ayat 173)*



## **PERSEMBAHAN**

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah, sehingga penulis masih diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan. Walaupun jauh dari kata sempurna, namun penulis bangga telah mencapai pada titik ini, yang akhirnya skripsi ini bisa selesai diwaktu yang tepat. Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Ayah dan Ibu, terima kasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan dan nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah berhenti sampai saat ini.
2. Kakak dan Adikku, terimakasih telah menjadi penyemangat dalam setiap langkah mengerjakan skripsi ini.
3. Semua teman-teman yang saya tidak bisa sebutkan satu persatu, terimakasih atas semangat, motivasi yang kalian berikan selama saya mengerjakan skripsi ini.
4. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Metro

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulisan Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Maksud dari skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Judul dari Skripsi ini adalah: Pengaruh *Direct Marketing* dan *Digital Marketing* terhadap Keputusan Penelitian (Studi Kasus Usaha Spare Part pada Cikal Motor Bandar Lampung). Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro
2. H. Suwanto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro sekaligus Pembimbing I penyusunan skripsi ini, yang telah banyak memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro,
4. Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M., Pembimbing II penyusunan skripsi ini, atas saran perbaikan selama penyusunan skripsi ini.
5. Ratmono, S.E., M.M., Penguji Utama, yang telah memberikan masukan dalam perbaikan skripsi ini.
6. Staf Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah membantu selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Metro

Akhirnya semoga skripsi ini dapat berguna bagi kita semua, sekaligus sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Metro, Agustus 2021  
Penulis,

**Muhtar Hakim**

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhtar Hakim

NPM : 16610165

Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Direct Marketing* dan *Digital Marketing* terhadap Keputusan Penelitian (Studi Kasus Usaha Spare Part pada Cikal Motor Bandar Lampung)” adalah benar hasil karya tulisan saya sendiri dan tidak merupakan plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Semua sumber data dan informasi yang saya gunakan dan saya peroleh dalam skripsi saya ini telah saya nyatakan dengan jelas dan benar apa adanya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh universitas.

Metro, Juli 2021



**Muhtar Hakim**  
NPM. 16610165



**PUBLIKASI ILMIAH**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH**  
**METRO**

# **SURAT KETERANGAN** **UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)**

Nomor: 2517/II.3.AU/F/UPI-UK/2021

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

**NAMA** : MUHTAR HAKIM  
**NPM** : 16610165  
**JENIS DOKUMEN** : SKRIPSI

**JUDUL:**

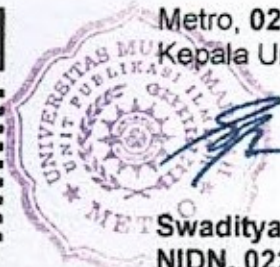
**PENGARUH DIRECT MARKETING DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDY KASUS USAHA SPARE PART PADA CIKAL MOTOR BANDAR LAMPUNG)**

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan  $\leq 20\%$ . Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 02 September 2021  
Kepala Unit,



Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.  
NIDN. 0224018703

Jl. Dewantara No. 116 Iringmulyo,  
Timur Kota Metro, Lampung,

www.ummetro.ac.id  
ummetro.ac.id

## DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
PERSETUJUAN.....	vi
PENGESAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	xi
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN ( <i>SIMILARITY CHECK</i> ).....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II. KAJIAN LITERATUR.....</b>	<b>6</b>
A. Kajian Literatur.....	6
1. Manajemen Pemasaran.....	6
2. <i>Direct Marketing</i> .....	8
3. <i>Digital Marketing</i> .....	11
4. Keputusan Pembelian.....	18
B. Penelitian Relevan.....	22
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis Penelitian.....	24

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Jenis Penelitian.....	25
B. Tahapan Penelitian .....	25
1. Populasi .....	25
2. Sampling dan Teknik Sampling .....	25
C. Definisi Operasional Variabel.....	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	28
E. Instrumen Penelitian .....	29
F. Pengujian Persyaratan Instrumen .....	30
G. Pengujian persyaratan Analisis .....	31
H. Metode Analisis .....	32
I. Hipotesis Statistik.....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>36</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	36
B. Hasil Penelitian .....	39
C. Pembahasan.....	50
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>52</b>
A. Simpulan.....	52
B. Saran .....	52
<b>DAFTAR LITERATUR.....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Hasil Penelitian Relevan .....	22
2. Kisi-kisi Kuisisioner .....	29
3. Nilai dan Kategori jawaban Kuisisioner .....	31
4. Hasil Uji Normalitas.....	39
5. Ringkasan Hasil Uji Normalitas.....	39
6. Tabel ANOVA Regresi Y atas $X_1$ .....	41
7. Tabel ANOVA Regresi Y atas $X_2$ .....	42
8. Hasil uji Homogenitas .....	42
9. Distribusi Frekuensi Skor Variabel <i>Direct Marketing</i> ( $X_1$ ) .....	43
10. Distribusi Frekuensi Skor Variabel <i>Digital Marketing</i> ( $X_2$ ).....	44
11. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	45
12. Uji Regresi Linier Berganda .....	51
13. Tabel Anova Uji F .....	46
14. Tabel Hasil $R^2$ Determinasi .....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual Penelitian .....	24
2. Struktur Organisasi .....	37
3. Diagram P Plot <i>Direct Marketing</i> .....	39
4. Diagram P Plot <i>Digital Marketing</i> .....	40
5. Diagram P Plot Keputusan Pembelian.....	41
6. Diagram Skor Variabel Jam Kerja.....	46
7. Diagram Skor Variabel tarif .....	47
8. Diagram Skor Variabel Insentif .....	48
9. Diagram Skor Variabel Kompetitor.....	49
10. Diagram Skor Variabel pendapatan Mitra Gojek.....	50



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisisioner Penelitian .....	54
2. Hasil Penyebaran Kuisisioner Penelitian .....	62
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	71
4. Rekapitulasi Data Penelitian .....	77
5. Hasil Uji Normalitas SPSS .....	80
6. Hasil Uji Linieritas SPSS .....	82
7. Hasil Uji Homogenitas SPSS .....	83
8. Penentuan Distribusi Frekuensi Skor Hasil Penelitian .....	84
9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda SPSS .....	87
10. Tabel R product moment.....	88
11. Tabel L Statistik .....	89
12. Tabel t Statistik .....	90
13. Tabel F Statistik .....	93