

**Pengaruh *Digital Marketing* dan *Elektronic Word OF Mouth (e-WOM)*
Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel
Intervening Pada Produk *Thanksinsomnia* Di Shopee
(Studi Empiris pada masyarakat Di Kota Madiun)**

SKRIPSI



OLEH :

HERLINDA CHANDRA NUR AISYAH

2203102181

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2025/2026

**Pengaruh *Digital Marketing* dan *Elektronic Word OF Mouth (e-WOM)* Terhadap
Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* Pada Produk
Thanksinsomnia Di Shopee**

SKRIPSI

Diajukan kepada UNIVERSITAS PGRI MADIUN untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen

OLEH :

HERLINDA CHANDRA NUR AISYAH

NIM 2203102181

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

2025/2026

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Skripsi oleh Herlinda Chandra Nur Aisyah telah diperiksa dan disetujui untuk uji.

Madiun, 03 Juli 2026

Pembimbing I,



Dr. Heny Sidanti, S.E. M.M
NIDN. 0727107503

Madiun, 03 Juli 2026

Pembimbing II,



Hendra Setiawan, S.E. M.M
NIDN. 0702089403

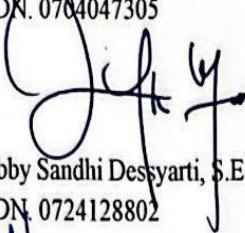
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PANITIA UJIAN

Skripsi oleh Herlinda Chandra Nur Aisyah ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari

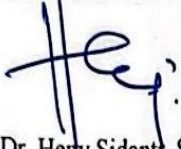
Panitia Penguji,


Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

Ketua


Robby Sandhi Desyarti, S.E., M.M.
NIDN. 0724128802

Sekretaris


Dr. Hery Sidant, S. E., M. M.
NIDN. 0727107503

Anggota


Hendra Setiawan, S. E., M. M.
NIDN. 0702089403

Anggota


Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.
NIDN. 0713058001

Anggota

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN. 0727078603

Mengesahkan,
Kaprodi S1 Manajemen



Dr. Apriyanti, S.E., M.M.
NIDN. 0704047305

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda dibawah ini :

Nama : Herlinda Chandra Nur Aisyah

NIM : 2203102181

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan hasil pengerjaan orang lain ataupun hasil pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil karya tulisan saya.

Apabila dikemudian hari ditemukan bukti skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menerima konsekuensinya atau sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 24 Juni 2026

Yang membuat pernyataan



Herlinda Chandra Nur Aisyah

NIM. 2203102181

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk *Thaksinsomnia* Di Shopee (Studi Empiris pada masyarakat Di Kota Madiun)” dengan tepat waktu. Shalawat serta salam saya curahkan kepada Nabi Muhammad SAW. peneliti sangat bersyukur dengan selesainya penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.

Selama penyusunan skripsi ini peneliti mendapat banyak bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si. A.k C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Ibu Dr. Apriyanti, S.E., M.M., CPSMM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
4. Ibu Dr. Heny Sidanti, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 1 yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan, arahan, semangat, ilmu pengetahuan, dan sabar menghadapi kekurangan yang peneliti miliki selama penyusunan skripsi hingga skripsi terselesaikan. Terima kasih atas bimbingan dan konsultasi yang telah diberikan.

5. Bapak Hendra Setiawan, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan, arahan, semangat, ilmu pengetahuan, dan sabar menghadapi kekurangan yang peneliti miliki selama penyusunan skripsi hingga skripsi terselesaikan. Terima kasih atas bimbingan dan konsultasi yang telah diberikan.
6. Seluruh Dosen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti selama perkuliahan. Dan semoga ilmu yang diberikan bermanfaat untuk kehidupan sehari-hari.
7. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Drs. Ramelan, S.Pd. M.Pd dan Ibu Ida Werdiningsih (alm)/ Ibu Tri Puji Wirasati, S.Pd. Terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada Bapak dan Ibu yang selalu memberi limpahan kasih sayang, perhatian, dukungan dan doa yang tak pernah putus untuk penulis diberi kelancaran dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini.
8. Kepada kakak saya terimakasih banyak atas segala dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan lancar.
9. Kepada teman-teman saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu serta seseorang yang tidak bisa saya sebutkan Namanya, terimakasih telah memberikan dukungan, support, motivasi dan semangat yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
10. Dan terakhir, kepada diri saya sendiri. Herlinda Chandra Nur Aisyah. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan

dirimu sendiri sampai dititik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih telah memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Madiun, 29 Juni 2026



Herlinda Chandra Nur Aisyah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PANITIA UJIAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iv
MOTTO :.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.	1
B. Batasan Masalah	14
C. Rumusan Masalah.	15
D. Tujuan Penelitian.....	15
E. Kegunaan Penelitian.	16
1. Manfaat Akademik.....	16
2. Manfaat Praktis	16
BAB II	18
LANDASAN TEORI	18
A. Kajian Pustaka	18
1. Grand Theory Of Planed Behavior.	18
2. Digital Marketing.....	20
3. Elektronik Word Of Mouth.....	25
4. Keputusan Pembelian.....	29
5. Minat Beli.	33
B. Penelitian Terdahulu.	35
C. Kerangka Berfikir.....	47
D. Pengembangan Hipotesis.....	49
BAB III.....	54
METODE PENELITIAN.....	55

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	55
1. Tempat Penelitian.	55
2. Waktu Penelitian.....	55
B. Desain Penelitian.....	56
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.	57
1. Populasi.....	57
2. Sampel.....	58
3. Teknik Pengambilan Sampel.	59
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.	60
1. Variabel Penelitian.....	60
2. Definisi Operasional Variabel.....	61
3. Teknik Pengumpulan Data.....	64
4. Instrument Penelitian.	64
5. Teknik Analisis Data.....	66
BAB IV.....	71
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.	71
B. Deskripsi Data.	71
1. Karakteristik Responden.	71
2. Deskripsi Jawaban Responden.....	75
C. Hasil Pengujian Data.	94
1. Model Pengukuran (<i>Outer Mode</i>).....	94
2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	99
3. Pengujian Hipotesis	103
D. Pembahasan Hipotesis.....	106
BAB V.....	120
PENUTUP.....	120
A. Kesimpulan.	120
B. Implikasi dan Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Shopee Tahun 2025	4
Tabel 1 2 Data <i>Followers Thanksinsomnia</i> tahun 2025.	9
Tabel 1 3 Data Penjualan <i>Thanksinsomnia</i> di 3 <i>e-commerce</i> Tahun 2025.	9
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	55
Tabel 3 2 Definisi Operasional Penelitian.....	62
Tabel 3 3 Skoring Skala Likert.....	65
Tabel 4 1 Karakteristik Usia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4 2 Karakteristik Pernah Membeli Produk	72
Tabel 4 3 Karakteristik Jenis Kelamin	72
Tabel 4 4 Karakteristik Domisili	73
Tabel 4 5 Jawaban Responden Tentang <i>Digital Marketing</i> (X1)	75
Tabel 4 6 Jawaban Responden Tentang <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X2).....	79
Tabel 4 7 Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y)	84
Tabel 4 8 Jawaban Responden Tentang Minat Beli (Z)	89
Tabel 4 9 <i>Convergent Validity</i>	96
Tabel 4 10 <i>Discriminant Validity</i>	98
Tabel 4 11 <i>Cronbach's Alpha</i>	98
Tabel 4 12 <i>Discriminant Validity</i>	100
Tabel 4 13 Data Uji R-Square.....	101
Tabel 4 14 Data Uji Q-Square.....	102
Tabel 4 15 <i>Goodness Of Fit</i>	102
Tabel 4 16 Data Uji T-Statistik	103

Tabel 4 17 Data Uji Intervenning	105
---	------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 <i>E-Commerce</i> yang sering Diakses di Indonesia Tahun 2025.	3
Gambar 1 2 Data Pengguna <i>Marketplace</i>	6
Gambar 1 3 Outfit Skena	7
Gambar 2 1 <i>Theory of planned behavior</i>	19
Gambar 2 2 Kerangka Berpikir	49
Gambar 3 1 : Alur Penelitian diolah (2026)	57
Gambar 4 1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	94
Gambar 4 2 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	95
Gambar 4 3 Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	132
Lampiran 2	4
Lampiran 3	39
Lampiran 4	40
Lampiran 5	40
Lampiran 6	41
Lampiran 7	42
Lampiran 8	42
Lampiran 9	42
Lampiran 10	42
Lampiran 11	43
Lampiran 12	43
Lampiran 13	44
Lampiran 14	175
Lampiran 15.....	186