

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN PENGGUNAAN  
DIGITAL PAYMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KOPI ESPRESSO BASED**

**Muhammad Faqih Arrizik**

**1707619045**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Proposal Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

***THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND THE USE OF  
DIGITAL PAYMENT ON DECISIONS TO PURCHASE ESPRESSO  
BASED COFFEE***

**Muhammad Faqih Arrizik**

**1707619045**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

***This proposal was prepared as one of the requirements for obtaining a  
Bachelor of Education degree at the Faculty of Economics, Jakarta State  
University***

***BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***






***2024***

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi**



**Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.  
NIP. 197002122008121001**

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Corry Yohana, MM NIP. 195909181985032011 (Ketua Penguji)		23-Juli-2024
2	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji 1)		22-Juli-2024
3	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Penguji 2)		18-Juli-2024
4	Dr. Suparno, S.Pd, M.Pd NIP. 197908282014041001 (Pembimbing 1)		22-Juli-2024
5	Dr. Ayatulloh Michael Musyaffi, SE., Ak., M.Ak NIP. 199102282020121010 (Pembimbing 2)		18-Juli-2024

Nama : Muhammad Faqih Arrizik

No. Registrasi : 1707619045

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Tanggal Lulus : 10 Juli 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

- 1) Skripsi ini adalah hasil karya orisinal yang belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di institusi Pendidikan tinggi lainnya.
- 2) Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan dicantumkan dalam daftar pustaka
- 3) Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, dan jika di masa depan terdapat penyimpangan atau ketidakakuratan, saya bersedia menerima sanksi akademik seperti pencabutan gelar yang telah saya peroleh, dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 30 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



**Muhammad Faqih Arrizik**

NIM. 1707619045



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Faqih Arrizik  
NIM : 1707619045  
Fakultas/Prodi : S1 Pendidikan Bisnis  
Alamat email : muhammadfaqiharrizik@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh *Digital Marketing* dan Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Keputusan Pembelian Kopi *Espresso Based*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Juli 2024

Penulis

## ABSTRAK

**Muhammad Faqih Arrizik.** Pengaruh *Digital Marketing* dan Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Espresso Based: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2024.

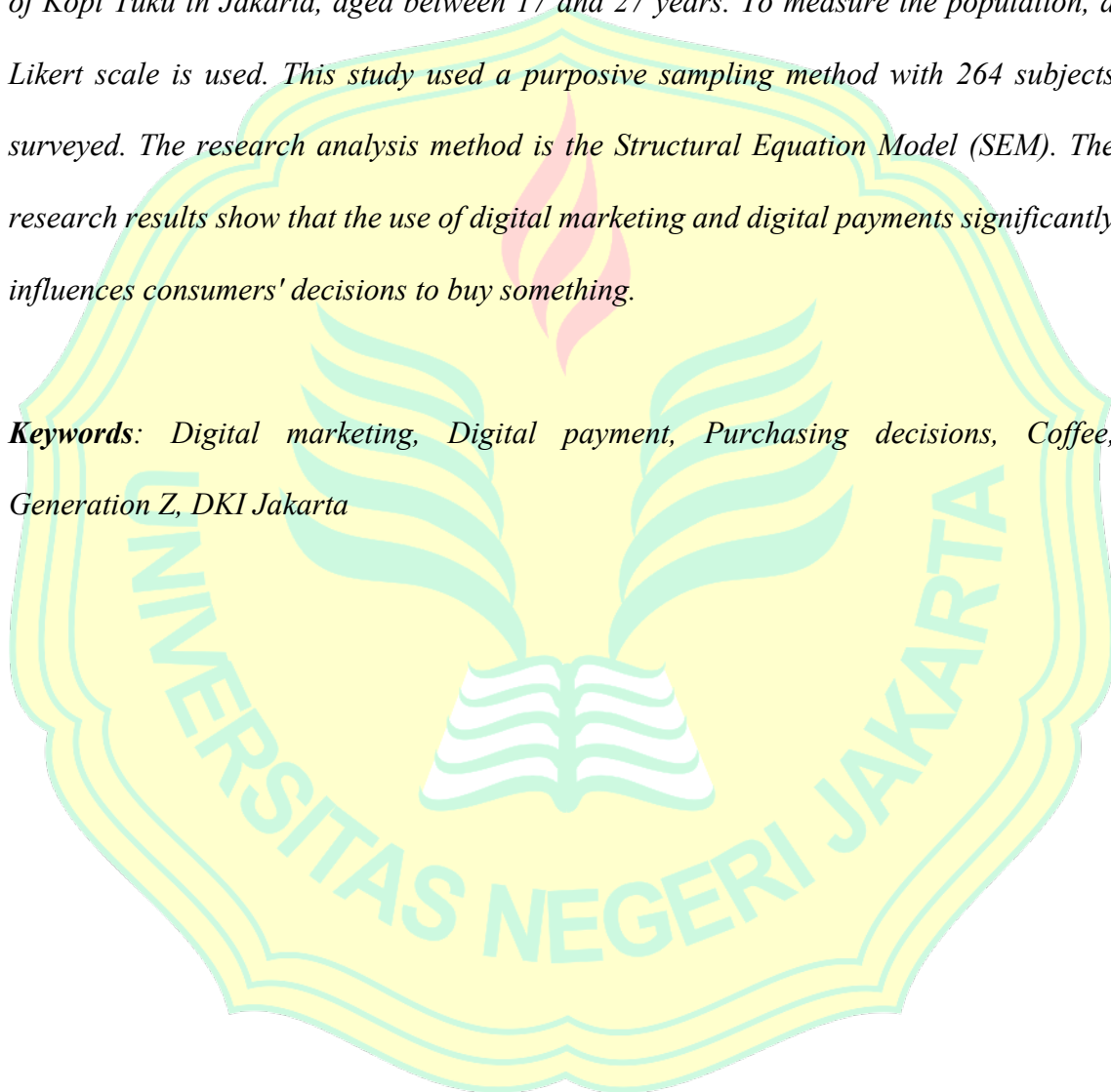
Penelitian ini dilakukan di wilayah DKI Jakarta dan berfokus pada pengaruh digital marketing dan penggunaan digital payment terhadap keputusan konsumen untuk membeli kopi espresso di Kopi Tuku. Generasi Z pelanggan Kopi Tuku di Jakarta, yang berusia antara 17 dan 27 tahun, digunakan sebagai populasi penelitian kuantitatif. Skala likert digunakan untuk mengukur populasi. Penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan 264 responden. Metode analisis penelitian menggunakan Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing dan penggunaan digital payment secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: *Digital marketing*, *Digital payment*, Keputusan pembelian, Kopi, Generasi Z, DKI Jakarta

## **ABSTRACT**

*This quantitative research was conducted in the DKI Jakarta area and focuses on how digital marketing and the use of digital payments influence customers' decisions to buy espresso coffee at Kopi Tuku. The population of this research is Generation Z customers of Kopi Tuku in Jakarta, aged between 17 and 27 years. To measure the population, a Likert scale is used. This study used a purposive sampling method with 264 subjects surveyed. The research analysis method is the Structural Equation Model (SEM). The research results show that the use of digital marketing and digital payments significantly influences consumers' decisions to buy something.*

**Keywords:** *Digital marketing, Digital payment, Purchasing decisions, Coffee, Generation Z, DKI Jakarta*



## LEMBAR PERSEMBAHAN

Terima kasih atas kehadiran Allah SWT, berkat rahmat dan petunjuk-Nya, peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini tepat waktu. Skripsi ini adalah buah dari perjuangan selama menempuh sarjana pendidikan di Universitas Negeri Jakarta. Peneliti dengan tulus mengucapkan penghargaan kepada keluarga tercinta, termasuk Tete, Alm. Mama dan Papa, yang selalu memberikan dukungan moril dan materil selama proses penyusunan skripsi ini. Selanjutnya, ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada Bapak Suparno dan Bapak Ayatulloh yang selalu memberikan bimbingan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Tak lupa, peneliti juga berterima kasih kepada sahabat seperti Syeran, Fadly, Vya Rima, serta teman-teman dari Pendidikan Bisnis dan program studi lainnya, serta pelanggan Kopi Tuku di DKI Jakarta sebagai responden yang telah membantu mengisi kuesioner penelitian skripsi ini. Semua dukungan dan bantuan mereka sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini.



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur disampaikan kepada Allah SWT atas rahmat dan petunjuk-Nya, yang memungkinkan peneliti menyelesaikan skripsi berjudul "Determinan Financial Self Efficacy pada Decision to use QRIS (Quick Respond Indonesian Standard) sebagai Digital payment". Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan untuk meraih gelar sarjana pendidikan dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, dan masalah tersebut tidak dapat diatasi tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas kontribusi dalam penyusunan skripsi kepada:

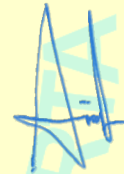
1. Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
3. Prof. Dr. Umi Widyastuti, S.E., M.E. sebagai dosen pembimbing pertama yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, saran, dan dukungan motivasi peneliti selama penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Ayatulloh Michael Musyaffi, SE.,Ak.,M.Ak sebagai dosen pembimbing kedua yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, saran, dan dukungan motivasi peneliti selama penyusunan skripsi ini.
5. Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd sebagai pembimbing akademik, telah memberikan arahan kepada saya selama perkuliahan untuk mencapai keberhasilan dalam studi ini.
6. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Program Studi Pendidikan Bisnis, telah memberikan pengetahuan dan wawasan yang berharga selama masa kuliah.
7. Ayah dan Alm. Ibu serta orang terkasih saya selalu memberikan dukungan dan mendampingi saya sepanjang perjalanan ini.

8. Sahabat dan teman-teman dari angkatan Pendidikan Bisnis 2019 telah memberikan bantuan selama penyusunan skripsi.

9. Generasi Z di DKI Jakarta sebagai responden dengan sukarela telah menghabiskan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa ada banyak kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, dan mereka sangat menghargai umpan balik yang membantu dari para pembaca untuk meningkatkan kualitas skripsi ini. Harapannya, penelitian ini akan memberikan manfaat bagi para pembaca dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman.

Jakarta, 30 Juli 2024



Muhammad Faqih Arrizik



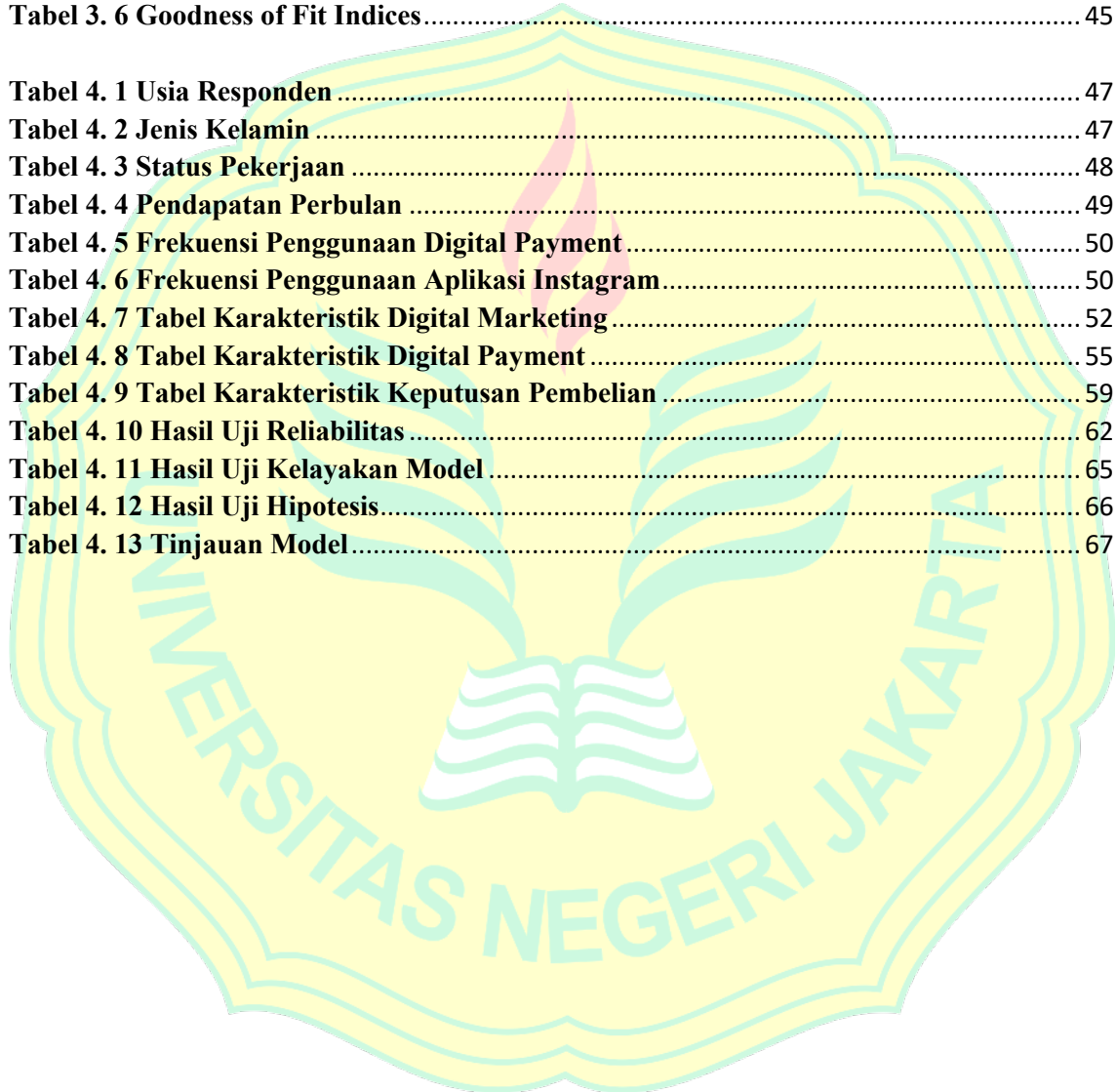
## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>BAB 1</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	8
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	8
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	8
<b>BAB II</b> .....	10
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
<b>2.1 Teori Keputusan</b> .....	10
<b>2.2 Keputusan Pembelian</b> .....	11
<b>2.3 Digital Payment</b> .....	12
<b>2.4 E-wallet</b> .....	13
<b>2.5 Digital Marketing</b> .....	15
<b>2.6 Content Marketing</b> .....	15
<b>2.7 Kopi Espresso Based</b> .....	16
<b>2.8 Kopi Susu Gula Aren</b> .....	17
<b>2.8 Penelitian Terdahulu</b> .....	18
<b>2.9 Kerangka Teori</b> .....	24
<b>2.9.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian</b> .....	24
<b>2.9.2 Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Keputusan Pembelian</b> .....	25
<b>2.10 Hipotesis</b> .....	27
<b>BAB III</b> .....	28
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	28
<b>3.1 Waktu dan Tempat Penelitian</b> .....	28
<b>3.2 Desain Penelitian</b> .....	28
<b>3.3 Populasi dan Sampel</b> .....	29
<b>3.3.1 Populasi</b> .....	29
<b>3.3.2 Sampel</b> .....	29
<b>3.4 Pengembangan Instrumen</b> .....	30

3.4.1	<i>Digital Marketing (X1)</i> .....	30
3.4.2	Penggunaan <i>Digital Payment (X2)</i> .....	33
3.4.3	Keputusan Pembelian (Y).....	36
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.6	Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1	Uji Validitas.....	39
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	41
3.6.3	Uji Hipotesis .....	42
BAB IV .....		46
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		46
4.1	Deskripsi Data.....	46
4.1.1	Profil Responden.....	46
4.1.2	Profil Data .....	51
4.2	Hasil .....	62
4.2.1	Uji Reliabilitas.....	62
4.2.2	Uji Kelayakan Model.....	62
4.2.3	Uji Hipotesis .....	66
4.3	Pembahasan .....	67
4.3.1	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	69
4.3.2	Pengaruh <i>Digital Payment</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	70
BAB V.....		73
PENUTUP .....		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Implikasi.....	74
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	75
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	76
DAFTAR PUSTAKA .....		77
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....		85
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....		85
Lampiran 2 Kartu Konsultasi .....		95
Lampiran 3 Format Saran dan Perbaikan Skripsi.....		97
Lampiran 4 Hasil Turnitin .....		98
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....		128

## DAFTAR TABLE

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3. 1 Instrumen Digital Marketing .....	31
Tabel 3. 2 Instrumen Penggunaan Digital Payment .....	34
Tabel 3. 3 Instrumen Keputusan Pembelian .....	37
Tabel 3. 4 Nilai Loading Significant EFA Berdasarkan Jumlah Sampel.....	40
Tabel 3. 5 Koefisien Nilai Cronbach's Alpha .....	41
Tabel 3. 6 Goodness of Fit Indices.....	45
Tabel 4. 1 Usia Responden .....	47
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4. 3 Status Pekerjaan .....	48
Tabel 4. 4 Pendapatan Perbulan .....	49
Tabel 4. 5 Frekuensi Penggunaan Digital Payment.....	50
Tabel 4. 6 Frekuensi Penggunaan Aplikasi Instagram.....	50
Tabel 4. 7 Tabel Karakteristik Digital Marketing .....	52
Tabel 4. 8 Tabel Karakteristik Digital Payment .....	55
Tabel 4. 9 Tabel Karakteristik Keputusan Pembelian .....	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Kelayakan Model .....	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis.....	66
Tabel 4. 13 Tinjauan Model.....	67



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Kopi Susu Gula Aren .....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1. 2 Media sosial paling populer di seluruh dunia pada Oktober 2023 (dalam jutaan).....</b>	<b>3</b>
<b>Gambar 1. 3 Tampilan Instagram @tokokopituku .....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 2. 1 Electronic Wallet .....</b>	<b>13</b>
<b>Gambar 4. 1 Model Penelitian Sebelum Modifikasi .....</b>	<b>63</b>
<b>Gambar 4. 2 Model Penelitian Sesudah Modifikasi (GOF Model).....</b>	<b>64</b>
<b>Gambar 4. 3 Model .....</b>	<b>67</b>

