



**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *CELEBRITY ENDORSER*,
INOVASI PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN ZELMIRA KUDUS**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

Nia Faradiska Noor Isfaiza

NIM : 202011400

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2024

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *CELEBRITY ENDORSER*,
INOVASI PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN ZELMIRA KUDUS**

Nama : Nia Faradiska Noor Isfaiza

NIM : 202011400

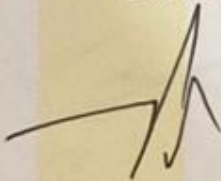
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 28 Juni 2024

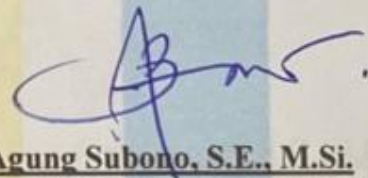
Pembimbing I



Dr. Drs. Ag. Sunarno Handoyo H., S.H., S.Pd., M.M.

NIDK. 8915210021

Pembimbing II



Agung Subono, S.E., M.Si.

NIDN. 0520017602

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.

NIDN. 0024037701

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, CELEBRITY ENDORSER,
INOVASI PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN ZELMIRA KUDUS**

Nama : Nia Faradiska Noor Isfaiza

NIM : 202011400

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui,

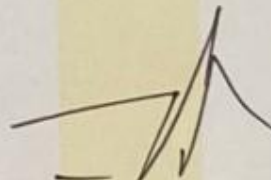
Ketua Program Studi



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.

NIDN. 0024037701

Pembimbing I



Dr. Drs. Ag. Sunarno Handoyo H., S.H., S.Pd., M.M.

NIDK. 8915210021

Mengetahui,

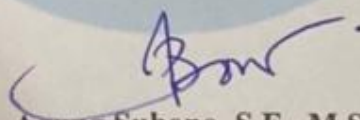
Dekan



Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.

NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Agung Subono, S.E., M.Si.

NIDN. 0520017602

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Ingatlah bahwa kamu bisa melalui, bahkan lebih dari apa yang kamu yakini.”

Persembahan :

- ❖ Kepada kedua orang tua dan adek tercinta terimakasih atas *support* dan doanya.
- ❖ Terimakasih atas dukungan sahabatku.
- ❖ Serta diri sendiri yang saya banggakan.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan inayah-Nya. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan syukur Alhamdulillah untuk semua anugerah yang telah diberikan kepada penulis sehingga atas izin dan kehendak-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing*, *Celebrity Endorser*, Inovasi Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Zelmira Kudus”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, motivasi, petunjuk dan sarana baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya, kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs. Ag. Sunarno H., S.H., S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing pertama yang bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan teliti sehingga skripsi terselesaikan dengan baik.
5. Agung Subono, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah tulus

dan penuh kesabaran telah membimbing, mengarahkan dan memotivasi sehingga dapat tersusun skripsi ini dengan baik.

6. Kepada orang tua tercinta yaitu Bapak H. M. Supriyono dan Ibu Hj. Indah Zuliani. Terimakasih telah memberikan semangat materi do'a dan kasih sayang.
7. Kepada adik saya Musthofa Haidarul Haq dan Afifa Nahda Rafanda yang biasa saya panggil Upin dan Mei Mei sangat mewarnai hari-hari saya selama penyusunan skripsi.
8. Kepada semua sahabatku atas *support* jodoh untuk wisuda.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang membantu penulis menyelesaikan skripsi.

Penulis telah berusaha melakukan yang terbaik dalam penyusunan skripsi ini, namun tentunya penulis skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan yang perlu diperbaiki. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak dalam rangka perbaikan skripsi ini.

Kudus, 28 Juni 2024

Penulis



Nia Faradiska Noor Isfaiza
NIM. 202011400

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *CELEBRITY ENDORSER*, INOVASI
PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP PENINGKATAN
PENJUALAN ZELMIRA KUDUS**

NIA FARADISKA NOOR ISFAIZA

NIM. 202011400

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H., S.H., S.Pd., M.M.
2. Agung Subono., S.E., M. Si.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Digital Marketing*, *Celebrity Endorser*, Inovasi Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Zelmira Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Zelmira Kudus yang pernah melakukan pembelian. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan total sampel sebanyak 96 konsumen. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel digital marketing, celebrity endorser, inovasi produk, dan persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap peningkatan penjualan.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, *Celebrity Endorser*, Inovasi Produk, Persepsi Harga, Peningkatan Penjualan

***THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, CELEBRITY ENDORSER,
PRODUCT INNOVATION, AND PRICE PERCEPTION ON SALES INCREASING
OF ZELMIRA KUDUS***

NIA FARADISKA NOOR ISFAIZA

NIM. 202011400

Lecturer : 1. Dr. Drs. Ag. Sunarno H., S.H., S.Pd., M.M.
2. Agung Subono., S.E., M.Si.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS STUDY PROGRAM
OF MANAGEMENT**

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of digital marketing, celebrity endorser, product innovation, and price perception on sales increasing of Zelmira Kudus. The population in the research is all Zelmira Kudus consumers who have made purchases. The sampling technique used purposive sampling technique with a total sample of 96 consumers. The data analysis method uses multiple linear regression. The results of this research show that the variables digital marketing, celebrity endorser, product innovation, and price perception have a significant positive effect on increasing sales.

Keyword : Digital Marketing, Celebrity Endorser, Product Innovation, Price Perception, Sales Increasing

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Perumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Grand Theory</i>	11
2.2 Peningkatan Penjualan	15
2.3 <i>Digital Marketing</i>	19
2.4 <i>Celebrity Endorser</i>	22
2.5 Inovasi Produk	26
2.6 Persepsi Harga.....	28
2.7 Pengaruh Antar Variabel.....	32
2.8 Penelitian Terdahulu	35
2.9 Kerangka Pemikiran.....	39

2.10 Hipotesis.....	40
---------------------	----

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	41
3.2 Variabel Penelitian	41
3.3 Definisi Operasional.....	42
3.4 Jenis dan Sumber Data	44
3.5 Populasi dan Sampel	44
3.6 Pengumpulan Data	46
3.7 Pengolahan Data.....	47
3.8 Analisis Data	47
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	47
3.8.2 Uji Instrumen Penelitian	47
3.8.2.1 Uji Validitas	47
3.8.2.2 Uji Reliabilitas	48
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	48
3.8.3.1 Uji Normalitas.....	48
3.8.3.2 Uji Multikolonieritas.....	49
3.8.3.3 Heterokedastisitas	49
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
3.8.5 Pengujian Hipotesis	51
3.8.5.1 Uji Parsial.....	51
3.8.5.2 Uji Simultan	51
3.8.6 Koefisien Determinasi	51

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2. Penyajian Data	53
4.3. Analisis Data	56
4.3.1 Statistik Deskriptif.....	56
4.3.2 Uji Instrumen Penelitian	58
4.3.2.1 Uji Validitas.....	58

4.3.2.2 Uji Reliabilitas	61
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	61
4.3.3.1 Uji Normalitas	62
4.3.3.2 Uji Multikolonieritas	62
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	63
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.3.5 Pengujian Hipotesis	66
4.3.5.1 Uji Parsial	66
4.3.5.2 Uji Simultan	68
4.3.6 Koefisien Determinasi	69
4.4. Pembahasan	70
4.4.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Peningkatan penjualan	70
4.4.2 Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Peningkatan penjualan	71
4.4.3 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Peningkatan penjualan	71
4.4.4 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Peningkatan penjualan	72
4.4.5 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> , <i>Celebrity Endorser</i> , Inovasi Produk, dan Persepsi Harga terhadap Peningkatan penjualan	73
BAB V : PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	53
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap <i>Digital Marketing</i>	54
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap <i>Celebrity Endorser</i>	54
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Inovasi Produk	55
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Persepsi Harga.....	55
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Peningkatan Penjualan	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	56
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel X1	58
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel X2	59
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel X3	59
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel X4	60
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Y	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	62
Tabel 4.16 Uji Multikolinieritas.....	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.18 Hasil Uji T	67
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penjualan Zelmira Kudus Rahun 2023.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	39
Gambar 4.1 Scatterplot.....	64