

**PENGARUH KONTEN DIGITAL DAN ULASAN DARING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GENERASI Z PADA
KEDAI SEMOGA SUKSES SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

TEGAR FAJAR RAMADHAN MAKATITA

22042010199

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2026**

**PENGARUH KONTEN DIGITAL DAN ULASAN DARING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GENERASI Z PADA
KEDAI SEMOGA SUKSES SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

TEGAR FAJAR RAMADHAN MAKATITA

22042010199

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KONTEN DIGITAL DAN ULASAN DARING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN GENERASI Z PADA
KEDAI SEMOGA SUKSES SURABAYA**

Disusun oleh:
Tegar Fajar Ramadhan Makatita
22042010199

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi
Menyetujui,
Pembimbing Utama


Maharani Ikaningtyas S.E., M.A.B.
NPT. 21219920526338

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Dan Politik


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH KONTEN DIGITAL DAN ULASAN DARING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN GENERASI Z PADA
KEDAI SEMOGA SUKSES SURABAYA

Disusun Oleh:

Tegar Fajar Ramadhan Makatita
NPM. 22042010199

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 7 Juli 2026
Menyetujui,

Pembimbing Utama



Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB.
NPT. 21219920526338

Tim Penguji

1. Ketua



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

2. Sekretaris



Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A
NIP. 197712042025211022

3. Anggota



Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB.
NPT. 21219920526338

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Dan Politik



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Surat yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tegar Fajar Ramadhan Makatita
NPM : 22042010199
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi~~ ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada ~~Skripsi/Tesis/Disertasi~~ ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dan siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 7 Juni 2026
Yang menandatangani

Tegar Fajar Ramadhan Makatita
NPM. 22042010199



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Konten Digital dan Ulasan Daring terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Kedai Semoga Sukses Surabaya”**.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB., sebagai Dosen Pembimbing utama yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, wejangan serta semangat kepada penulis. Selain itu, penulis juga mendapatkan sebuah bantuan dari berbagai orang, baik berwujud materil, moril, dan spritual. Dengan itu penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A. selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosia, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Kedua Orang Tua penulis tercinta yang tiada hentinya memberikan dukungan dan semangat terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis sadar bahwasanya dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak sekali kekurangan. Pentingnya saran dan kritik dari berbagai pihak yang penulis harapkan agar penulisan dalam skripsi ini bisa menjadikannya sempurna. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis serta keterbatasan penulis miliki, haranya semoga skripsi ini memberikan dampak positif bagi para pembaca dan pihak-pihak lainya yang memiliki kepentingan.

Surabaya, 7 Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAKSI.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori.....	23
2.2.1 Pemasaran Digital	23
2.2.2 Konten Digital.....	25
2.2.3 Ulasan Daring	30
2.2.4 Keputusan Pembelian	34
2.3 Hubungan Antara Variabel	38
2.3.1 Hubungan Konten Digital dengan Keputusan Pembelian	38
2.3.2 Hubungan Ulasan Daring dengan Keputusan Pembelian	39
2.4 Kerangka Berpikir.....	40
2.5 Hipotesis	42

BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43
3.3.1 Definisi Operasional	43
3.3.2 Pengukuran Variabel.....	53
3.3 Lokasi Penelitian.....	54
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	55
3.4.1 Populasi.....	55
3.4.2 Sampel	56
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel	57
3.5 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	59
3.5.1 Jenis Data.....	59
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6 Teknik Analisis Data.....	60
3.6.1 Uji Validitas.....	60
3.6.2 Uji Reliabilitas	62
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.6.4 Analisis Regresi Berganda.....	66
3.6.5 Uji Hipotesis	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	73
4.1.1 Profil Perusahaan	73
4.2 Penyajian Hasil Data Penelitian.....	75
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	75
4.3 Analisis Statistik Deskripsi Variabel	80
4.3.1 Deskripsi Variabel Penelitian	81
4.4 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	88
4.4.1 Hasil Uji Validitas	88
4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	91
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	94
4.4.5 Uji Hipotesis	96

4.5 Pembahasan.....	102
4.5.1 Pengaruh Konten Digital dan Ulasan Daring terhadap Keputusan Pembelian	102
4.5.2 Pengaruh Konten Digital terhadap Keputusan Pembelian.....	104
4.5.3 Pengaruh Ulasan Daring terhadap Keputusan Pembelian	107
4.6 Matriks Penelitian	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	116
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengikut Akun Sosial Media Kedai Semoga Sukses.....	5
Gambar 1.2 Jangkauan Konten TikTok Kedai Semoga Sukses Surabaya.....	5
Gambar 1.3 Rating dan Ulasan Google Kedai Semoga Sukses Surabaya	6
Gambar 1.4 Komparasi Ulasan Positif dan Negatif Konsumen.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	41
Gambar 3.1 Kurva Uji Simultan (F)	68
Gambar 3.2 Kurva Uji Parsial (t)	71
Gambar 4.1 Kedai Semoga Sukses Surabaya	73
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Kurva P-P Plot	92
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	92
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional	49
Tabel 3.2 Skala Likert	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	75
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	75
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Keterpaparan Konten Digital dan Ulasan Daring Kedai Semoga Sukses Surabaya	77
Tabel 4.6 Dasar Interpretasi Skor Item Variabel Penelitian	79
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Item Variabel Konten Digital (X1).....	79
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Item Variabel Ulasan Daring (X2)	82
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Item Variabel Keputusan Pembelian (Y)	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	86
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	88
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	90
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
Tabel 4.14 Hasil Uji F	94
Tabel 4.15 Hasil Uji t	95
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	97
Tabel 4.17 Matriks Hasil Penelitian.....	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	118
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	121
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	128
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	129
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas	130
Lampiran 6. Uji Multikolinearitas	130
Lampiran 7. Hasil Uji Heterokedastisitas	131
Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Agresi Linier Berganda.....	131
Lampiran 9. Hasil Uji F	131
Lampiran 10. Hasil Uji t.....	131
Lampiran 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi	132
Lampiran 12. Timeline Penelitian.....	132
Lampiran 13. Hasil Cek Plagiasi.....	133
Lampiran 14. Letter of Acceptance.....	133

ABSTRAKSI

Tegar Fajar Ramadhan Makatita, 22042010199, Pengaruh Konten Digital dan Ulasan Daring terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Kedai Semoga Sukses Surabaya.

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah perilaku konsumen secara mendasar, khususnya pada Generasi Z yang dikenal sebagai kelompok *digital native*. Dalam industri makanan dan minuman, pelaku usaha semakin dituntut untuk memanfaatkan media digital guna mempertahankan daya saing melalui pengelolaan konten digital dan ulasan daring yang efektif. Dalam penelitian ini, konten digital dan ulasan daring berperan sebagai variabel independen, sedangkan keputusan pembelian berperan sebagai variabel dependen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten digital dan ulasan daring terhadap keputusan pembelian konsumen Generasi Z di Kedai Semoga Sukses Surabaya, baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 155 responden Generasi Z. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics.

Kata Kunci: Konten Digital, Generasi Z, Ulasan Daring, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Tegar Fajar Ramadhan Makatita, 22042010199, *The Influence of Digital Content and Online Reviews on The Purchase Decision of Generation Z Consumers at Kedai Semoga Sukses Surabaya.*

The rapid development of digital technology has fundamentally altered consumer behavior, particularly among Generation Z, a cohort recognized as digital natives. In the food and beverage industry, business owners are increasingly required to leverage digital media to maintain competitiveness through effective management of digital content and online reviews. In this study, digital content and online reviews serve as independent variables, while purchase decision serves as the dependent variable. This study aims to analyze the simultaneous and partial influence of digital content and online reviews on the purchase decision of Generation Z consumers at Kedai Semoga Sukses Surabaya. A quantitative approach was employed using purposive sampling of 155 Generation Z respondents. Data were collected via questionnaire and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics.

Keywords: Digital Content, Generation Z, Online Reviews, Purchase Decision.