



SKRIPSI

Judul:


Pengaruh digital marketing dan threat emotion terhadap keputusan pembelian sepatu branded pada remaja

Disusun oleh:

FELICIA ELAINE

NIM. 705190035

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
2023

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-06/R0	HAL. 1/1
	SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	
05 NOVEMBER 2010		

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Felicia Elaine

NIM : 705190035

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang diserahkan kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, berjudul:

Pengaruh Digital Marketing dan Threat Emotion Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Branded Pada Remaja

Merupakan karya sendiri yang tidak dibuat dengan melanggar ketentuan plagiarisme dan otoplagiarisme. Saya menyatakan memahami tentang adanya larangan plagiarisme dan otoplagiarisme tersebut, dan dapat menerima segala konsekuensi jika melakukan pelanggaran menurut ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan lain yang berlaku di lingkungan Universitas Tarumanagara.


Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Jakarta, 13 Januari 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Felicia Elaine

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-07/R0	HAL. 1/1
	SURAT PERNYATAAN EDIT NASKAH	
05 NOVEMBER 2010		

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Felicia Elaine**

N I M : **705190035**

Alamat : **Sunter Paradise 2 blok Q no 15, Jakarta Utara**

Dengan ini memberi hak kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara untuk menerbitkan sebagian atau keseluruhan karya penelitian saya, berupa skripsi yang berjudul:

Pengaruh *Digital Marketing* dan *Threat Emotion* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *Branded* Pada Remaja

Saya juga tidak keberatan bahwa pihak editor akan mengubah, memodifikasi kalimat-kalimat dalam karya penelitian saya tersebut dengan tujuan untuk memperjelas dan mempertajam rumusan, sehingga maksud menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh pembaca umum sejauh perubahan dan modifikasi tersebut tidak mengubah tujuan dan makna penelitian saya secara keseluruhan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, secara sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 13 Januari 2023

Yang Membuat Pernyataan



Felicia Elaine

Pengesahan

Nama : FELICIA ELAINE
NIM : 705190035
Program Studi : PSIKOLOGI
Judul Skripsi : Pengaruh Digital Marketing dan Threat Emotion terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Branded pada Remaja
Title : The Influence of Digital Marketing and Emotional Threats on the Decision to Purchase Branded Shoes in Adolescents

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi PSIKOLOGI Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara pada tanggal 12-Januari-2023.

Tim Penguji:

1. SRI TIATRI, S.Psi., M.Si., Ph.D., Psikolog
2. ERIK WIJAYA, S. Psi., M. Si.
3. RIANA SAHRANI, S.Psi., M.Si., Dr., Psikolog

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:

RIANA SAHRANI, S.Psi., M.Si., Dr.,
Psikolog
NIK/NIP: 10705006



Jakarta, 12-Januari-2023

Ketua Program Studi



ZAMRALITA, Dr.M.M., Psikolog

ABSTRAK

Felicia Elaine (705190035)

Pengaruh *Digital Marketing* dan *Threat Emotion* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu *Branded* Pada Remaja; Dr. Riana Sahrani, M.Si., Psikolog; Program Studi S1 Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara, Jakarta (i-xiii, 55 halaman, P1- P5, L1-L83)

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat pengaruh *digital marketing* dan *threat emotion* terhadap keputusan pembelian sepatu *branded* pada remaja. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mendapatkan data berupa hasil dari pengukuran angka dan diolah dalam bentuk statistik. Pengolahan data didukung dengan *Software SPSS* versi 26. Jumlah respondennya adalah sebanyak 384 remaja berusia 18-22 tahun yang kemudian digunakan 354 responden yang menjawab sesuai dengan syarat. Subyek yang dipilih pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Alat ukur penelitian yang digunakan adalah Consumer Style Inventory (Sproles & Kendall, 1986), Social Media Marketing EFA (Khan & Jan, 2019), Geriatric Anxiety Inventory (Pachana et al., 2007).

Hasil dari penelitian ini adalah secara positif dan signifikan terdapat pengaruh antara *digital marketing* dan *threat emotion* terhadap keputusan pembelian sepatu *branded* pada remaja yang dibuktikan dari hasil uji regresi antara *digital marketing* dan *threat emotion* terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa *r square* = 0,589 dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa pengaruh dari *digital marketing* dan *threat emotion* terhadap keputusan pembelian sepatu *branded* pada remaja memberikan pengaruh sebesar 58,9%. Sedangkan 41,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Digital Marketing*, *Threat Emotion*, Keputusan Pembelian, Remaja