

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI PT. PRIMA FRESHMART BULELENG**

PROPOSAL



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

Menyetujui,

Pembimbing I,



Komang Endrawan Sumadi Putra, SE.,M.M.
NIP. 198602112019031005


Pembimbing II,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 1968102919930320


Skripsi oleh Kenny Sucipto
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 06 Juli 2022

Dewan Penguji



Komang Endrawan Sumadi Putra, SE.,M.M
NIP. 198602112019031005

(Ketua)



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 198502202010121007

(Anggota)



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E.,M.Si.
NIP. 197611102014042001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada :

Hari : Senin
Tanggal : 18 Juli 2022

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Komang Krisna Hervanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Prima Freshmart Buleleng” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam bidang keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 06 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a colorful rectangular stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem at the top center, the text 'METERAI TEMPEL' on the right, and the alphanumeric code '400E9.CIX806505544' at the bottom.

Kenny Sucipto
NIM. 1817041078

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT. Prima Freshmart Buleleng”. Adapun tujuan dari penulisan ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Skripsi ini dapat terselesaikan atas bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

- (1) Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- (2) Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA, CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- (3) Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- (4) Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- (5) Komang Endrawan Sumadi Putra, SE.,M.M. selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, mengarahkan, dan memberikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- (6) Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. selaku Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, mengarahkan, dan memberikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

- (7) Bapak dan Ibu dosen di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang selalu membimbing dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- (8) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta semua staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan tentang perkuliahan.
- (9) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku – buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi.
- (10) Teristimewa kepada Ayah dan Ibu tercinta serta keluarga besar terkasih yang tiada henti memberikan semangat, motivasi, dorongan moral dan doa yang terbaik untuk saya dalam menyelesaikan studi dan skripsi.
- (11) Teman – teman saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini: Anggi kusumayana, Slamet Widiantara, Purnama, Adi Mahendra, Intan Anjali, Wariani, Gede Sukadana, dan SRI Nyustarini.
- (12) Teruntuk Aprilia Gita Candra yang senantiasa memberi semangat, dukungan serta doa terbaik dalam penyelesaian skripsi ini.
- (13) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per-satu yang telah membantu penyusunan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena segala keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan perbaikan dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Singaraja, 22 Juni 2022

Penuli

DAFTAR ISI

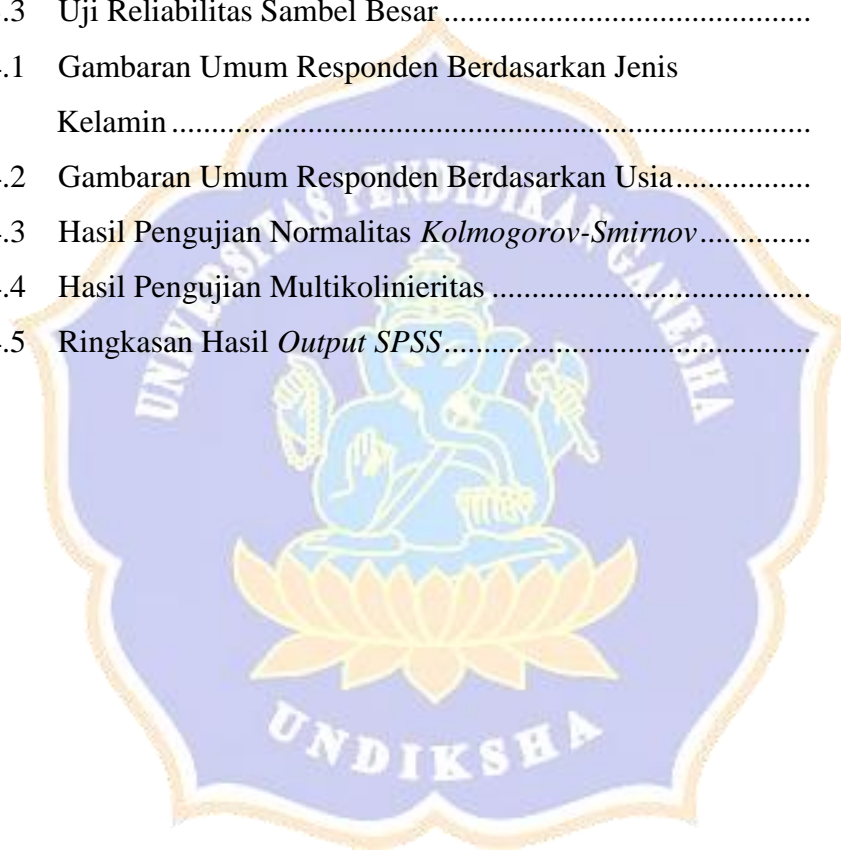
PRAKATA	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5. Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Definisi Pemasaran.....	10
2.1.3 Konsep Pemasaran	11
2.1.4 Definisi Digital Marketing	13
2.2. Keputusan Pembelian.....	13
2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian	13
2.2.2 Karakteristik Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14

2.2.3 Tahap-tahap Keputusan Pembelian	19
2.2.4 Dimensi Keputusan Pembelian	23
2.2.5 Indikator Keputusan Pembelian	23
2.3 Digital Marketing	25
2.3.1 Definisi Digital Marketing	25
2.3.2 Dimensi Digital Marketing.....	26
2.3.3 Indikator Pemasaran Digital.....	27
2.4 Kualitas Produk.....	29
2.4.1 Definisi Kualitas Produk	29
2.4.2 Indikator Kualitas Produk	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Rancangan Penelitian.....	37
3.2 Subjek Dan Objek Penelitian	37
3.3 Populasi Dan Sampel	38
3.4 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	38
3.5 Metode Dan Instrumen Pengumpulan Data	40
3.5.1 Metode Pengumpulan Data	40
3.5.1 Instrumen Pengumpulan Data	41
3.6 Metode Dan Teknik Analisis Data.....	45
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	45
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
3.6.3 Pengujian Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Deskripsi Data	52
4.2 Uji Asumsi Klasik.....	54
4.2.1 Uji Normalitas	54

4.2.2 Uji Heteroskedastisitas	54
4.2.3 Uji Multikolenieritas	55
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.4 Pengujian Hipotesis.....	58
4.4.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	58
4.4.3 Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	59
4.5 Koefisien Determinasi.....	59
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	59
4.6.1 Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.3 Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.7 Implikasi.....	63
 BAB V PENUTUP.....	 65
5.1 Ringkasan.....	65
5.2 Simpulan	66
5.3 Saran.....	66
DAFTAR RUJUKAN	68
LAMPIRAN.....	74

Daftar Tabel

Tabel		Halaman
Tabel 2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Sampel Besar	44
Tabel 3.3	Uji Reliabilitas Sambel Besar	45
Tabel 4.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3	Hasil Pengujian Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	55
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Multikolinieritas	57
Tabel 4.5	Ringkasan Hasil <i>Output SPSS</i>	57



Daftar Gambar

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Tahap-tahan Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	33
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot.....	56
Gambar 4.2 Hubungan Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	59



Daftar Lampiran

Lampiran		Halaman
Lampiran 01	Data Penjualan PT. Prima Fresh Mart Cabang Buleleng Maret 2020 Sampai Dengan Maret 2021	75
Lampiran 02	Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 03	Tabulasi Data Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian	79
Lampiran 04	Distribusi Nilai Rtabel.....	85
Lampiran 05	Deskripsi Data Responden.....	86
Lampiran 06	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	87
Lampiran 07	Uji Asumsi Klasik	90
Lampiran 08	Analisis Regresi Linier Berganda.....	92

