

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA DINI ARTSHOP**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen**

OLEH

PUTU AGUS SUTA WIJAYA

NIM 2017041234

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2024

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR
SARJANA MANAJEMEN**

Pembimbing I,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E.,M.M.
NIP. 198207292010122003

Pembimbing II,



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E.,M.Si.
NIP. 19761110 2014042001

Skripsi oleh Putu Agus Suta Wijaya ini
Telah dipertahankan didepan dewan penguji
Pada tanggal 5 Agustus 2024

Dewan Penguji,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 19761110 2014042001

(Anggota)



Rahutama atidira, S.T., M.M.
NIP. 198805032018031001

(Anggota)

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

Pada

Hari : Senin

Tanggal : 5 Agustus 2024

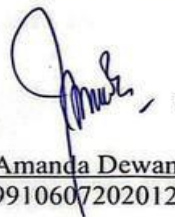
Mengetahui,

Ketua Penguji,



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

Sekretaris Ujian,



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA DINI ARTSHOP” 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 masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 31 Oktober 2024

Yang membuat pernyataan,



Putu Agus Suta Wijaya
NIM. 2017041234

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Pada Dini Artshop”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyusun skripsi saat ini, penulis mendapatkan bantuan baik berupa dukungan, motivasi, materi dan aspirasi dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan saat ini, penulis memiliki perasaan tulus dan ikhlas untuk mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- 2) Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- 3) Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A., selaku Ketua Jurusan Manajemen atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
- 4) Made Amanda Dewanti, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen atas informasi dan bantuan yang telah diberikan.
- 5) Ni Nyoman Yuliantini, S.E., M.M selaku Pembimbing I dan Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E.,M.Si selaku Pembimbing II yang selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, kesabaran dan semangat sehingga sampai terselesaikannya skripsi ini.
- 6) Semua dosen jurusan Manajemen yang telah memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Universitas Pendidikan Ganesha.
- 7) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan.
- 8) Kepada Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama menyusun skripsi ini.

Melihat kemampuan penulis masih belum mahir dalam menulis sehingga skripsi ini masih jauh dari sempurna. Dengan ini penulis membutuhkan kritik dan saran guna memberikan ilmu yang berdampak kesempurnaan pada skripsi ini. Penulis berharap semoga dengan selesainya skripsi ini memberikan benefit bagi pembaca.

Singaraja, 10 Juni 2024



DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Pembatasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI	14
2.1 Deskripsi Teoretis	14
2.1.1 Minat Beli	14
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	15
2.1.3 Kualitas Produk	18
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan	19
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1 Hubungan <i>Digital Marketing</i> dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli	23
2.3.2 Hubungan <i>Digital Marketing</i> terhadap Minat Beli	24
2.3.3 Hubungan Kualitas Produk terhadap Minat Beli	25
2.4 Kerangka Berfikir	26
2.5 Hipotesis Penelitian	26

BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.2 Rancangan Penelitian	28
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	29
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.4.1 Populasi	29
3.4.2 Sampel	29
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	30
3.5.1 Instrumen Variabel Terikat	34
3.5.2 Instrumen Variabel Bebas	36
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	39
3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda	41
3.7 Pengujian Hipotesis	42
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 46
4.1 Deskripsi Data	46
4.2 Pengujian Asumsi Klasik	49
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	49
4.2.2 Uji Regresi Linear Berganda	52
4.2.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.3 Pengujian Hipotesis	54
4.3.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> (X_1) terhadap Minat Beli (Y)	54
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Minat Beli (Y)	55
4.3.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Minat Beli (Y)	55
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	56
4.4.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Minat Beli	56
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	58
4.4.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli	61
4.5 Implikasi	63

BAB V PENUTUP	65
5.1 Rangkuman	65
5.2 Simpulan	66
5.3 Saran.....	67
DAFTAR RUJUKAN	69
LAMPIRAN	73



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Pendapatan Penjualan Dini Artshop	3
Tabel 1. 2 Observasi Awal Variabel Minat Beli	6
Tabel 1. 3 Observasi Awal Variabel Digital Marketing	7
Tabel 1. 4 Observasi Awal Variabel Kualitas Produk	9
Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya yang Relevan	19
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian Variabel Terikat	34
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Terikat	35
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Terikat	35
Tabel 3. 4 Kisi-kisi Instrumen Variabel Bebas	36
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Bebas	38
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Bebas	38
Tabel 4. 1 Klasifikasi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4. 2 Klasifikasi Data Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4. 3 Klasifikasi Data Responden Berdasarkan Pendidikan Akhir	47
Tabel 4. 4 Klasifikasi Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4. 5 Klasifikasi Data Responden Berdasarkan Besar Pendapatan	48
Tabel 4. 6 Hasil Tes Multikolinearitas	51
Tabel 4. 7 Hasil Koefisien Regresi	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	26
Gambar 4. 1 Hasil Tes Normalitas dengan Grafik <i>P-Plot</i>	50
Gambar 4. 2 Hasil Tes Heterokedastisitas	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	73
Lampiran 2 Jawaban Kuesioner Konsumen Dini Artshop.....	76
Lampiran 3 Tes Uji Statistik	79
Lampiran 4 Dokumentasi Pemberian Kuesioner Responden.....	84

