

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ARJ 88 STORE DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI



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

2026



**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ARJ 88 STORE DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh
I Komang Pande Wiratama**

NIM 2117041272

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

2026

SKRIPSI

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

Pembimbing I	Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. NIP.198309212015041001
Pembimbing II	Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc. NIP.197404122010121001



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BScE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BScE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



Skripsi oleh I Komang Pande Wiratama ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 28 Januari 2026

Dewan Penguji

Ketua	Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. NIP.198502202010121007
Anggota	Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. NIP.198309212015041001
Anggota	Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc. NIP.197404122010121001



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BScE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BScE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



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

Menyetujui

Ketua Ujian	Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. NIP.196810291993032001
Sekretaris Ujian	Made Amanda Dewanti, S.E.,M.M NIP.199106072020122017



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



PERNYATAAN

Dengan demikian, penulis menyatakan bahwa tulisan saya berjudul " Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian ARJ 88 Store Di Kota Singaraja ", bersama dengan seluruh isi, benar-benar karya penulis sendiri. Penulis tidak mengambil apapun dari karya orang lain dengan melanggar etika akademik. Atas pernyataan ini, penulis berkomitmen untuk menanggung resiko dan konsekuensi jika ditemukan bahwa karya penulis ini melanggar etika keilmuan atau tidak asli.



Singaraja, 02 Febuari 2026



I Komang Pande Wiratama

NIM 2117041272

MOTTO

“Selalu tenangkan pikiran di saat kesulitan”



KATA PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya doakan selalu ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa atas anugrah dan karunia yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan dengan baik serta tepat pada waktunya.

Kepada pembimbing, Bapak Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E.,MM dan Bapak Dr. Fridaya Yudiaatmaja, M.Si serta Bapak penguji Dr. I Nengah Suarmanayasa., SE.,M.Si saya ucapkan terimakasih atas segala waktu dari bimbingan, saran, kritik, dan arah yang telah diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dan saya dapat menyelesaikan studi hingga pada tahap kelulusan.

Kepada Orang Tua saya, I Wayan Suarja,Sp.d(Ayah) dan Ni Nyoman Darmadi(Ibu), serta keluarga saya Ni Putu Dwi Sucitadartini (kakak), serta I Kadek Untung Sudiartmaja(kakak) terimakasih sudah selalu memberikan doa, motivasi, serta segala bentuk dukungan demi kesuksesan dan kebahagiaan saya yang tidak akan dapat saya gantikan dan akan selalu saya ingat dimanapun saya berada.

Untuk teman-teman yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan kerja sama yang baik dalam membantu saya menyelesaikan skripsi ini yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu.

Terima Kasih

PRAKARTA

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 Keputusan Pembelian Produk ARJ88 Store di Kota Singaraja”** Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis 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) Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E.,MM selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, kesabaran dan semangat sehingga sampai terselesaikannya skripsi ini.
- 6) Dr. Fridaya Yudiaatmaja, M.Si selaku Pembimbing II yang senantiasa memberikan motivasi, saran, dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, kesabaran dan semangat sehingga sampai terselesaikannya skripsi ini.
- 7) Dr. Ni Luh Sayang Telagawathi, SE.,M.Si. selaku Pembimbing Akademik penulis selama masa perkuliahan ini sehingga bisa menyelesaikan Program Studi S1 Manajemen.
- 8) Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi S1 Manajemen yang mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan. i
- 9) Yang sangat istimewa keluarga penulis terutama kedua orang tua dan keluarga yang telah berdoa, dan memberi dukungan baik materi maupun moril, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

- 10) Tidak lupa saya ingin berterima kasih pada diri saya sendiri, bisa melalui semua rintangan, duka dan kesusahan selama menempuh studi ini, serta bisa bertanggung jawab dengan semua keputusan yang saya ambil saat berkuliah disini dan untuk Kadek Fitri Dwi Virlita terima kasih sudah mendengarkan keluh kesah, selalu memberikan support, dan selalu percaya sama saya
- 11) Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis, bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak.



Singaraja, 02 Febuari 2026

I Komang Pande Wiratama

NIM 2117021272

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
PERSETUJUAN PENGUJI	v
PERSETUJUAN PANITIA UJIAN.....	vi
PERNYATAAN.....	vii
MOTTO	viii
KATA PERSEMBAHAN.....	vi
PRAKARTA.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I.....	 1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9
 BAB II	 10
KAJIAN TEORI.....	10
A. Keputusan Pembelian.....	10
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	10

2.	Dimensi Keputusan Pembelian	10
3.	Indikator Keputusan Pembelian	11
4.	Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	11
5.	Indikator Keputusan Pembelian	12
6.	Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	12
B.	Digital Marketing.....	14
1.	Pengertian Digital Marketing.....	14
2.	Dimensi Digital Marketing	15
3.	Indikator Digital Marketing	16
4.	Faktor yang Mempengaruhi Digital Marketing	16
C.	Keputusan Pembelian.....	17
1.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	17
2.	Dimensi Kualitas Produk.....	17
3.	Indikator Kualitas Produk	18
4.	Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	19
5.	Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan.....	19
D.	Hubungan antar Variabel	23
1.	Hubungan Digital Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	23
2.	Hubungan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian.....	24
E.	Kerangka Berpikir.....	25
F.	Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III.....		27
METODE PENELITIAN.....		27
A.	Rancangan Penelitian.....	27
B.	Subjek dan Objek Penelitian	27
C.	Populasi dan Sampel.....	27
D.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	28
E.	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	30
1.	Metode Pengumpulan Data.....	30

2.	Instrumen Pengumpulan Data.....	30
F.	Metode dan Teknik Analisis Data.....	31
1.	Uji Asumsi Klasik.....	31
2.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	34
G.	Rancangan Pengujian Hipotesis.....	35
1.	Uji Simultan (Uji F).....	35
2.	Uji Parsial (Uji t).....	35
BAB IV		36
HASIL PENELITIAN		36
A.	Deskripsi Data Responden	36
B.	Analisis Deskriptif	37
1.	Keputusan Pembelian (Y)	38
2.	Digital Marketing (X1)	39
3.	Kualitas Produk (X2)	41
C.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	44
1.	Hasil Uji Validitas.....	44
2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	45
D.	Analisis Data.....	45
1.	Uji Asumsi Klasik.....	46
2.	Uji Multikolinearitas	48
3.	Uji Heteroskedastisitas	49
4.	Analisis Regresi Linier Berganda	50
5.	Pengujian Hipotesis	51
E.	Pembahasan.....	54
1.	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Arj88.....	54
2.	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Arj88	55
3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Arj88	55
F.	Keterbatasan Penelitian.....	56

BAB V	59
PENUTUP.....	59
A. Rangkuman	59
B. Simpulan	60
C. Saran	61
DAFTAR RUJUKAN	62
LAMPIRAN	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel data Perbandingan penjualan Arj 88 Store Dengan Pesaing.....	4
Tabel 1. 2 Jumlah View Konten Tiktok.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	29
Tabel 3. 2 Skala	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	36
Tabel 4. 2 Kategori Penilaian Kelas Interval	38
Tabel 4. 3 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Digital Marketing.....	40
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk.....	42
Tabel 4. 6 Hasil Uji Deskriptif.....	43
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4. 9 Uji Normalitas.....	46
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas Coefficientsa.....	48
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)	49
Tabel 4. 12 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficientsa.....	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji F-test ANOVAa	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji t Coefficientsa.....	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	25
Gambar 4. 1 Uji Normalitas (Normal Probability Plot).....	47
Gambar 4. 2 Uji Normalitas (Histogram)	47
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot).....	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	66
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	68
Lampiran 3 Analisis Deskriptif.....	72
Lampiran 4 Uji Validitas Uji	79
Lampiran 5 Uji Reliabilitas Uji Reliabilitas 30 Responden Y	84
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	86
Lampiran 7 Analisis Regresi Linear Berganda, Determinasi, F dan t	88
Lampiran 8 F tabel	89
Lampiran 9 t tabel	90

