

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
KEDAI RAKABFOOD BEKASI**

SKRIPSI

Oleh :

Fahmy Hamzah

201910325112



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai RakabFood Bekasi

Nama Mahasiswa : Fahmy Hamzah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325112

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

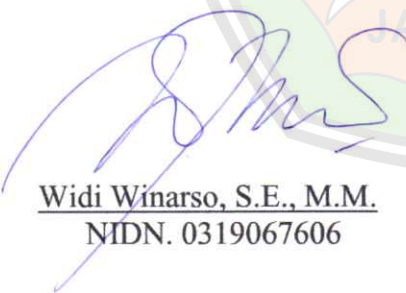
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Widi Winarso, S.E., M.M.
NIDN. 0319067606


Haryudi Anas, S.E., M.S.M.
NIDN. 0317117801

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Produk
Terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai
RakabFood Bekasi

Nama Mahasiswa : Fahmy Hamzah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325112

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2023

Jakarta, 24 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M.
NIDN: 0325057908

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc.
NIDN: 0303017106

Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M.
NIDN: 0319067606

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hadita, S.Pd., M.M.
NIDN: 0329048302



Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIDN: 0310036407

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Digital Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai RakabFood Bekasi”** Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 27 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Fahmy Hamzah

201910325112

ABSTRAK

Fahmy Hamzah 201910325112, skripsi dengan judul *Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk pada Kedai RakabFood Kota Bekasi Terhadap Minat Beli Konsumen.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan apakah *Digital Marketing* dan Kualitas Produk Secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Konsumen dan *followers* Instagram Kedai RakabFood Kota Bekasi yang beralamatkan di Jl. Perumahan Cluster Anggrek No.99, Karangsatria, Kec. Tambun Utara, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17510 yang berjumlah 119 responden. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap Minat Beli itu ada. Hal ini dibuktikan dengan adanya persamaan regresi linier berganda yang didapat adalah $Y = -13.956 + 0,043X_1 + 0,328X_2$. Secara simultan hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah variabel *Digital Marketing* dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen, dengan hasil yang menunjukkan $f_{hitung} > f_{tabel}$ sebesar $f_{hitung} 27.855 > f_{tabel} 3,07$. Secara parsial hasil menunjukkan bahwa variabel *Digital Marketing* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan, dengan hasil nilai yang menunjukkan $t_{hitung} 0,498 < t_{tabel} 1,657$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan variabel Lokasi juga berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan dengan hasil yang menunjukkan t_{hitung} sebesar $5,749 > t_{tabel} 1,657$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$

Kata Kunci : *Digital Marketing, Kualitas Produk dan Minat Beli*

ABSTRAK

thesis with the title The Effect of Digital Marketing and Product Quality at RakabFood Shop in Bekasi City on Consumer Purchase Interest.

This research aims to determine and prove whether Digital Marketing and Product Quality simultaneously and partially have a significant effect on Consumer Purchase Interest. The population in this study were all consumers and Instagram followers of the Bekasi City RakabFood Shop which is located at Jl. Anggrek Cluster Housing No.99, Karangsatria, Kec. Tambun Utara, Bekasi Regency, West Java 17510, totaling 119 respondents. Based on the results of the study, it states that factors that influence buying interest exist. This is evidenced by the multiple linear regression equation obtained is $Y = -13.956 + 0.043X_1 + 0.328X_2$. Simultaneously, the results obtained from this study are that the Digital Marketing and Product Quality variables have a significant effect on the Consumer Purchase Interest variable, with the results showing $f_{count} > f_{table}$ of $f_{count} 27.855 > f_{table} 3.07$. Partially, the results show that the Digital Marketing variable has no effect and is not significant to satisfaction, with the results showing the value of $t_{count} 0.498 < t_{table} 1.657$ and sig value. $0.000 < 0.05$ and the Location variable also has an effect and is significant to satisfaction with the results showing t_{count} of $5.749 > t_{table} 1.657$ and sig value. $0.000 < 0,05$

Keywords: Digital Marketing, Product Quality and Interest B

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji penulis ucapkan kepada pencipta alam beserta isinya, Allah SWT yang telah memberikan pertolongan yang tiada terhingga penyusunan proposal skripsi ini selesai dengan baik. Proposal skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Adapun judul Skripsi ini yaitu “PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KEDAI RAKABFOOD DI KABUPATEN BEKASI.”

Dalam Kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Inspektur Jendral Polisi (P) Dr Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
2. Ibu Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M. Selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi Serta Selaku kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Widi Winarso., SE., MM, Selaku Dosen Pembimbing Skripsi 1 yang senantiasa membimbing serta memberi banyak dukungan kepada penulis.
5. Haryudi Anas., SE., MSM, Selaku Dosen Pembimbing Skripsi 2 yang senantiasa membimbing serta memberi banyak dukungan kepada penulis.

6. Dr. Ahmad Fauzi, S.E, M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik semester 1 hingga semester 8 yang tetap selalu memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis.
7. Kedua orang tua saya yang tercinta Ayahanda Aang Iswanda, dan Ibunda Wiwiek Soegiarti beserta Keluarga yang selalu mendukung saya, memberikan semangat dan motivasi serta doa restu.
8. Nadhira Putri yang sudah menjadi support system saya hingga tahap akhir.
9. Aditya Gustti, Reza Rinaldi dan Ilyas Nur Falah, teman seperjuangan skripsi saya yang telah membantu selama proses penelitian
10. Huda Linas & Dwi Adi yang sudah membantu penelitian saya selama di Kedai RakabFood
11. Terimakasih untuk Diri sendiri, karena sudah mampu berjuang dan bertahan sampai akhir dalam penyusunan skripsi ini.

Jakarta , 27 Juli 2023

Fahmy Hamzah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan penelitian	7
1.5 Manfaat penelitian	7

1.6 Sistematika penulisan	8
BAB II	10
TELAAH PUSTAKA	10
2.1 Digital Marketing	10
2.1.1 Pengertian Digital Marketing	10
2.1.2 Dimensi Digital Marketing	11
2.1.3 Indikator Digital Marketing	12
2.2 Kualitas Produk	13
2.2.1 Definisi Kualitas Produk	13
2.2.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	15
2.2.3 Indikator Kualitas Produk	17
2.3 Minat Beli	18
2.3.1 Definisi Minat Beli	18
2.3.2 Motif – Motif Pembelian	19
2.3.3 Indikator – Indikator Minat Beli	19
2.4 Kerangka Pemikiran	20
2.5 Telaah Empiris	20
2.6 Hipotesis Penelitian	22
BAB III	24
METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24

3.2 Tahapan Penelitian	24
3.3 Model Konseptual.....	25
3.4 Operasional Variabel.....	26
3.4.1 Variabel Independent (X1 dan X2)	26
3.4.2 Variabel Dependent	27
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.5.1 Waktu Penelitian.....	28
3.5.2 Tempat Penelitian	28
3.6 Metode Pengambilan Sampel dan Populasi.....	29
3.6.1 Populasi Penelitian	29
3.6.2 Sampel Penelitian.....	29
3.7 Tehnik Pengumpulan Data.....	30
3.7.1 Kuisioner atau Angket.....	30
3.8 Jenis dan Sumber Data	31
3.8.1 Data Primer	31
3.8.2 Data Sekunder	31
3.9 Metode Analisis Data	31
3.9.1 Uji Validitas	31
3.9.2 Uji Realibitas	32
3.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.9.4 Uji Normalitas	33

3.9.5 Uji Multikolinieritas	33
3.9.6 Uji Heteroskedasitas.....	33
3.9.7 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	34
3.10 Pengujian Hipotesis.....	34
3.10.1 Uji Kelayakan (Uji F)	34
3.10.2 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T).....	35
3.10.3 Analisis Koefisien Determinasi	35
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Gambaran Umum	37
4.1.1 Profil Perusahaan.....	37
4.2 Hasil Penelitian.....	37
4.2.1 Deskripsi Responden.....	37
4.2.2 Pendistribusian Kuisioner	38
4.2.3 Karakteristik	38
4.3 Hasil Analisis Data	41
4.3.1 Uji Validitas	41
4.3.2 Uji Reliabilitas	44
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.4.1 Uji Normalitas	46
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	48

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	49
4.5 Uji Regresi Linier Berganda	50
4.6 Uji Hipotesis	52
4.6.1 Uji Parsial (Uji T).....	52
4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	54
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	55
BAB V.....	58
PENUTUP	58
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Keterbatasan Penelitian	58
5.3 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Pendistribusian Kuesioner.....	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Umur	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas <i>Digital Marketing</i> (X1)	53
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	54
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y)	55
Tabel 4. 8 Hasil Reabilitas <i>Digital Marketing</i> (X1).....	56
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2).....	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y).....	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Linier Berganda	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji T	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	66
Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram RakabFood	6
Gambar 1. 2 Produk RakabFood	8
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....	24
Gambar 4. 1 Uji Normalitas.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Uji Plaiarisem**
- Lampiran 2 Uji Refrensi**
- Lampiran 3 Kuesioner**
- Lampiran 4 Tabulasi Kuesioner**
- Lampiran 5 Output SPSS 26**
- Lampiran 6 Uji Normalitas**
- Lampiran 7 Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana df 1- 200**
- Lampiran 8 Titik Persentase Distribusi t d.f = 1 – 200**
- Lampiran 9 Titik Persentase Distribusi f Probabilita = 0,05**
- Lampiran 10 Buku Bimbingan**
- Lampiran 11 Daftar Riwayat Hidup**

