

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PT.PERSADA
PALEMBANG RAYA**



Disusun Oleh:

PUTRI AMALIA

201510094

KARYA AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Strata Satu

Pada Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS BINA DARMA
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2024

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PT.PERSADA
PALEMBANG RAYA**

KARYA AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Strata
Satu Pada Program Studi Manajemen**

Disusun Oleh:

PUTRI AMALLIA

201510094

**UNIVERSITAS BINA DARMA
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI PADA PT. PERSADA PALEMBANG RAYA**

PUTRI AMALIA

201510094

KARYA AKHIR

**Telah Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen**

Menyetujui,

Palembang, 2024

Fakultas Sosial Humaniora

Universitas Bina Darma

Pembimbing,



Efan Elpanso S.E., M.M

Dekan,



Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si., Ph.D

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Karya Akhir ini berjudul "PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PT. PERSADA PALEMBANG RAYA " telah dipertahankan di depan penguji pada hari tanggal dan memenuhi syarat untuk diterima.

KOMISI PENGUJI

1. Efan Elpanso S.E.,M.M

Ketua (.....)

2. Heriyanto, S.E., M.Si

Anggota (.....)

3. Darwin, S.E., M.M

Anggota (.....)

Palembang,

2024

Fakultas Sosial Humaniora

Universitas Bina Darma

Ketua Program Studi

Universitas Bina Darma
Fakultas Sosial Humaniora

Dr. Trisninawati S.E.M.M.,

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Putri Amalia

Nim: 201510094

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya akhir ini adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau diperguruan tinggi lain;
2. Karya akhir ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan pembimbing.
3. Didalam karya akhir ini tidak terdapat karya dan pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasokkan kedalam daftar pustaka;
4. Saya bersedia karya akhir yang saya hasilkan ini di cek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggah ke internet, sehingga dapat diakses public secara daring;
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi dengan peraturan dan perundang- undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 03 September 2024

Maka membuat pernyataan



Putri Amalia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* dan kualitas produk terhadap minat beli pada PT.Persada Palembang Raya. Jenis penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* dan kualitas produk sebagai variabel independen dan minat beli sebagai variabel dependen. Sampel penelitian ini sebanyak 50 orang responden dengan teknik kuota sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui metode kuesioner. Metode statistik penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda yang memperoleh nilai $Y = 9,047 + 0,526 X_1 + 0,379 X_2 + E$. Pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menyatakan *digital marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Pengujian hipotesis secara simultan (uji f) menyatakan *digital marketing* dan kualitas produk secara bersamaan Berpengaruh positif terhadap Minat beli.

Kata kunci: *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Minat Beli.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of digital marketing and product quality on purchase intention at PT. Persada Palembang Raya. The type of associative research aims to determine the influence of digital marketing and product quality as independent variables and purchase intention as the dependent variable. The sample of this study consisted of 50 respondents selected through quota sampling technique. The data used in this study are primary data obtained through a questionnaire method. The statistical method used in this study is Multiple Linear Regression Analysis, which resulted in the equation $Y = 9.047 + 0.526X_1 + 0.379X_2 + E$. The partial hypothesis test (t-test) indicates that digital marketing has a significant positive influence on purchase intention, and product quality has a significant positive influence on purchase intention. The simultaneous hypothesis test (F-test) indicates that digital marketing and product quality together have a significant positive influence on purchase intention.

Keywords: *Digital Marketing, Product Quality, Purchase Intention.*

MOTTO :

**“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka
mengubah keadaan diri mereka sendiri”.**

(QS. Ar-Ra'd: 11)

**“Kemuliaan terbesar dalam hidup bukan terletak pada tidak pernah terjatuh,
namun pada bangkit setiap kali kita terjatuh”.**

(Nelson Mandela)

PERSEMBAHAN

- ❖ Kedua orangtuaku
- ❖ Untuk seluruh keluargaku, dan saudaraku
- ❖ Sahabat- sahabatku
- ❖ Almamater kebangganku
- ❖ Universitas Bina Darma

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Putri Amalia
NIM : 201510094
Tempat, Tanggal Lahir : Karyatani, 22 Mei 2002
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Jl. Cempaka No 061 Kec. Sukarami
Kel. Sukodadi Palembang

Pendidikan Formal:

Sekolah Dasar : SD Negeri 01 Karya Mulya Sari
SMP : SMP Negeri 11 Palembang
SMA : SMA Negeri 22 Palembang
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Darma Palembang S1
Program Studi Manajemen Fakultas Sosial
Humaniora

Sertifikat

1. Pelatihan TOEFL di Universitas Bina Darma Palembang (2024)
2. Program Magang di Bagian Keuangan Pemkab Banyuasin (2023)
3. Anggota Himpunan Mahasiswa Manajemen 2022-2023
4. Peserta Acara Webinar Himpunan Mahasiswa Manajemen (2021)
5. Seminar Penggunaan Tools Reference Manager & Plagiarism Checker (2023)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr Wb Puji dan syukur penulis ucapan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa mencurahkan kasih dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA PT. PERSADA PALEMBANG RAYA**”. Tujuan penulis menyusun karya akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh Sarjana Manajemen pada Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma

Penulis menyadari bahwa karya akhir ini masih terdapat kekurangan serta jauh dari tingkat kesempurnaan maka dengan senang hati penulis menerimakan dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sekalian untuk lebih menyempurnakan isi dari Skripsi ini. Walaupun karya akhir ini merupakan hasil buah pikiran yang maksimal dari penulis namun dalam hal penyusunan tidaklah dapat disajikan tanpa bantuan dan dorongan banyak pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan karya akhir. Yang Terhormat

- Prof. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., M.M. selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang

- Nuzep Almigo, S.Psi., M.Si., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora
- Dr Trisninawati S.E.M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bina Darma
- Efan Elpanso S.E.M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan membantu penulis dalam penyusunan Skripsi ini
- Seluruh Staff Pengajar Universitas Bina Darma yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama menempuh pendidikan di Universitas Bina Darma Palembang
- Kepada Jajaran Karyawan PT. Persada Palembang Raya yang telah membantu dan membimbing penulis.
- Kedua orang tua penulis, Bapak Faisal Riza dan Ibu Cintya Wati, untuk beliau berdua lah skripsi ini penulis persembahkan Terimakasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena dan untuk kalian berdua
- Saudara-saudara penulis, Kak Yanto, Imelda, Dan Dinda, terimakasih sudah menjadi mood boster dan support system penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

- Sahabat-sahabat penulis, Wulandari, Ajeng Natasya Utami, Rita Ayu Amelia Siti Melisa, Restu Sugesti, Gilang Anugrah Esa, Frizha Muhammad Mustaqim, Satria Romadon, Terimakasih sudah menjadi teman terbaik selama menempuh perkuliahan ini dan mengajarkan banyak hal. Pengalaman yang luar biasa bersama kalian akan menjadi moment yang tidak terlupakan dan tidak terlupakan dan sangat dirindukan. Semoga persahabatan kita akan terus berlanjut sampai rambut kita memutih. Dan sukses untuk kita semua
- Terakhir, pada diri peneliti, diriku sendiri. Terima kasih sudah menyelesaikan karya akhir ini. Ketakutan terbesarmu dulu padahal pada nyatanya ketakutan itu hanya sebatas rasa takut yang bersumber dari prasangka dirimu sendiri. Selamat sudah berhasil melalu ini.

Penulis berharap semoga karya akhir ini dapat bermanfaat bagi semua yang membaca serta menjadikan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya dan apabila dalam penulisan ini terdapat kata-kata yang kurang berkenan penulis mengharapkan maaf yang sebesar-besarnya, semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa meridhoi kita semua. Amin

Palembang, 03 September 2024



Putri Amalia

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABTRACT.....	vii
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABLE.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7

1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Majemen Pemasaran	10
2.2 Digital Marketing	11
2.2.1 Pengertian Digital Marketing	11
2.2.2 Dimensi Digital Marketing	12
2.2.3 Indikator Digital Marketing	13
2.2.4 Manfaat Digital Marketing	14
2.3 Kualitas Produk	15
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	15
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk	16
2.3.3 Indikator Kualitas Produk	17
2.4 Minat Beli	18
2.4.1 Pengertian Minat Beli	18
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	18
2.4.3 Indikator Minat Beli	19
2.5 Teori Hubungan Antar Variabel	19

2.5.1 Hubungan Digital Marketing Terhadap Minat Beli.....	19
2.5.2 Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	20
2.6 Penelitian Terdahulu.....	21
2.7 Kerangka Berpikir.....	24
2.8 Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Objek Penelitian.....	26
3.2 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	26
3.2.1 Definisi Operasional.....	26
3.2.2 Skala Pengukuran.....	28
3.3 Jenis Sumber Data.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5 Populasi dan Sampel.....	30
3.5.1 Populasi.....	30
3.5.2 Sampel.....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Analisis Statistika Deskriptif.....	30
3.6.2 Uji Validitas.....	31
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	32
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	33

3.6.5 Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi	35
3.6.7 Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Objek Penelitian	38
4.1.1 Profil Singkat Perusahaan	38
4.1.2 Visi dan Misi PT.Persada Palembang Raya	38
4.2 Karakteristik Responden	39
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
4.3 Hasil Tabulasi Kuesioner	42
4.3.1 Tabulasi Jawaban Kuesioner Digital Marketing (X_1)	42
4.3.2 Tabulasi Kuesioner Kualitas Produk (X_2)	48
4.3.3 Tabulasi Kuesioner Minat Beli (Y)	53
4.4 Hasil Analisis Data	60
4.4.1 Uji Validitas	60
4.5 Uji Asumsi Klasik	65
4.5.1 Uji Normalitas	65
4.5.2 Uji Multikolinearitas	66
4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda	68

4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.8 Hasil Uji Hipotesis	71
4.8.1 Hasil Uji T.....	71
4.8.2 Hasil Uji F.....	72
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
4.9.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.9.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	74
4.9.3 Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	75
BAB V KESIMPULAN	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	26
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 3 Tabulasi Jawaban Kuesioner Digital Marketing (X_1).....	42
Tabel 4. 4 Tabulasi Jawaban Kuesioner Kualitas Produk (X_2).....	48
Tabel 4. 5 Tabulasi Jawaban Kuesioner Minat Beli (Y).....	54
Tabel 4. 6 Uji Validitas X_1	61
Tabel 4. 7 Uji Validitas X_2	63
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel Y	64
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	69
Tabel 4. 13 Regresi Linear Berganda.....	70
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	71
Tabel 4. 15 Hasil Uji T.....	73
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Digital Marketing Hino	5
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Berpikir	24



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Konsultasi Skripsi	83
Lampiran 2 : Lembar Pengajuan Judul	83
Lampiran 3 : Lembar Perbaikan Proposal	85
Lampiran 4 : Surat Balasan Penelitian	86
Lampiran 5 : Surat Keputusan Pembimbing	87
Lampiran 6 : SK Lulusan Ujian Proposal	88
Lampiran 7 : Surat Persetujuan Seminar Hasil	89
Lampiran 8 : Hasil Turnitin Skripsi	90
Lampiran 9 : Lembar Perbaikan Skripsi	91