

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Mahasiswa
Universitas Muhammadiyah Surakarta Yang Membeli Produk
PerawatanSkintific)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Memenuhi Sebagian Tugas-Tugas & Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

ALEXANDRA YOGA PRATAMA

B100190293

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2023



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.461 Surakarta

FORM ACC SKRIPSI

Senin, 02 Januari 2023

Assalamu'alaikum wr wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini Dosen Pembimbing skripsi menyatakan

Nama Mahasiswa : ALEXANDRA YOGA PRATAMA

NIM : B100190293

Judul Skripsi : PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN SKINTIFIC (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Yang Membeli Produk Perawatan Skintific)

Pembimbing : Sri Murwanti, S.E., M.M

bahwa skripsi dari mahasiswa tersebut telah melakukan proses pembimbingan sesuai prosedur yang telah ditetapkan dan disetujui untuk menempuh ujian skripsi.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih

Wasalamu'alaikum salam wr wb

Surakarta, 02 Januari 2023

Dosen Pembimbing

Sri Murwanti, S.E., M.M
NIDN. 0617057001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi
Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta
Yang Membeli Produk Perawatan Skintific)**

Oleh :

ALEXANDRA YOGA PRATAMA

B100190293

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal : 12 Januari 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Susunan Dewan Penguji

1. Sri Murwanti, S.E., M.M. (... ..)
2. Dr. Moechammad Nasir, S.E., M.M. (... ..)
3. M. Sholahuddin, S.E., M.Si., Ph.D. (... ..)

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta**



Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si

NIDN: 0616087401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **ALEXANDRA YOGA PRATAMA**

NIM : **B100190293**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN SKINTIFIC (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Yang Membeli Produk Perawatan Skintific)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 02 Januari 2023

Yang membuat
pernyataan

(ALEXANDRA YOGA PRATAMA)

MOTTO

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalusenang.”

(Imam Syafi’i)

“Terkadang orang dengan masa lalu paling kelam akan menciptakan masa depan paling cerah.”

(Umar bin Khattab)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengankesanggupannya.”

(QS Al Baqarah 286)

“Enjoy Every Journey of Your Life”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas nikmat dan karunia Allah SWT karena telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan telah memberikan kesempatan untuk dikelilingi oleh orang-orang luar biasa, maka saya persembahkan karya sederhana ini dengan penuh rasa cinta dan kasih untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan bagi penulis dan semoga sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada beliau.
3. Orangtua penulis Sutarso dan Sarmini serta keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga penulis bisa sampai di titik ini untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
4. Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Sri Murwanti, S.E., M.M, Dr. Moehammad Nasir, S.E., M.M, Muhammad Sholahuddin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan masukan bagi penulis.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
7. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.

ABSTRAKSI

Tujuan yang hendak dicapai dengan diadakannya penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membahas pengaruh *digital marketing* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk perawatan skintific pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Kebaharuan pada penelitian ini adalah pada objek penelitiannya dimana masih sedikit penelitian yang meneliti pengaruh *digital marketing* dan kualitas produk perawatan skintific. Sedangkan perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah *digital marketing* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk perawatan skintific pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu diduga *digital marketing* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan sampel sebanyak 120 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan *google form*. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (**H1**); kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (**H2**)

Kata kunci : *digital marketing*, kualitas produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

*The goal to be achieved by conducting this research is to analyze and discuss the influence of digital marketing and product quality on purchasing decisions for skin care products for students at the Muhammadiyah University of Surakarta. The novelty in this study is the research object where there is still little research examining the effect of digital marketing and the quality of skin care products. Meanwhile, the formulation of the problem in this study is whether digital marketing and product quality have a significant effect on the decision to purchase skin care products for students at the Muhammadiyah University of Surakarta. The hypothesis put forward in this study is that digital marketing and product quality have a significant effect on purchasing decisions. The population in this study were all students at the Muhammadiyah University of Surakarta with a sample of 120 respondents. The sampling technique in this study used non- probability sampling with a purposive sampling approach. Data collection techniques through distributing questionnaires with Google Forms. The results of the analysis in this study indicate that digital marketing has a significant effect on purchasing decisions (**H1**); product quality has a significant effect on purchasing decisions (**H2**)*

Keywords: digital marketing, product quality, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Digital marketing* Dan Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian Produk Perawatan Skintific (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Yang Membeli Produk Perawatan Skintific)”. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang dengan perjuangannya telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Sri Murwanti, S.E., M.M, Dr. Moehammad Nasir, S.E., M.M, Muhammad Sholahuddin, S.E., M.Si., Ph.D. selaku dosen penguji yang

telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan masukan bagi penulis.

6. Dr Imron Rosyadi selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menempuh pendidikan.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah membimbing serta memberikan ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
8. Orang tua serta keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga penulis bisa sampai di titik ini untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
9. Teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2019.
10. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan skripsi ini khususnya bagi peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan. Aamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
FORM ACC SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	21
C. Hipotesis Penelitian.....	24
D. Kerangka Pemikiran.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Desain Penelitian.....	27
B. Populasi dan Sampel	27
C. Data dan Sumber Data.....	28
D. Metode Pengumpulan Data	29
E. Definisi Operasional Variabel	29
F. Metode Analisis Data.....	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Deskripsi Profil Responden.....	40
B. Analisis Data	42
C. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP.....	58
A. Kesimpulan	58
B. Keterbatasan Penelitian	59
C. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Contoh Produk Skintific	2
Tabel III.1 Definisi Oprasional Variabel	29
Tabel IV.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel IV.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel IV.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Perbulan	42
Tabel IV.4 Outer Loading Factor	44
Tabel IV.5 Average Variance Extracted (AVE)	45
Tabel IV.6 Cross Loading	46
Tabel IV.7 Composite Reliability	47
Tabel IV.8 Cronbach's Alpha	47
Tabel IV.9 Collinierity Statistic (VIF)	48
Tabel IV.10 Analisis R-Square	49
Tabel IV.11 Hasil Analisis NFI	50
Tabel IV.12 Analisis Q-Square	50
Tabel IV.13 Analisis f-square	51
Tabel IV.14 Analisis t-test	52
Tabel IV.15 Path Coeffitients	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1. Tahap Siklus Pengambilan Keputusan	8
Gambar II.2. Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4. 1 Outer Model	43
Gambar 4. 2 Inner Mode	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 : Data Diri Responden	65
Lampiran 3 : Hasil Olah Data SmartPLS	68
Lampiran 4 : Hasil Inner Model.....	70
Lampiran 5 : Hasil Uji Hipotesis	71