

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, HARGA, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU MEREK NAH PROJECT DI
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh :

ARDIANSYAH BUDI ATMOJO

NPM : 19420149

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ardiansyah Budi Atmojo

NPM : 19420149

Alamat : Jl. Babatan Indah Blok A8. No. 3, Wiyung, Surabaya

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“(PENGARUH DIGITAL MARKETING, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK NAH PROJECT DI SURABAYA)”** bukan merupakan plagiasi saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 26 Januari 2023



(Ardiansyah Budi Atmojo)

SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK
NAH PROJECT DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

ARDIANSYAH BUDI ATMOJO

NPM : 19420149

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



ATTY ERDIANA, SE., M.Ak.

Tanggal, 14 Januari 2023

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. KRISTININGSIH, S.E., M.Si.

Tanggal, 14 Januari 2023

SKRIPSI

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, HARGA, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK
NAH PROJECT DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

ARDIANSYAH BUDI ATMOJO

NPM : 19420149

Susunan Dewan Penguji

PEMBIMBING UTAMA



Atty Erdiana, SE., M. Ak

ANGGOTA DEWAN PENGUJI



Dr. Drs.Ec. Dwi Bhakti Irianti, M.Si.



Dr. Siti Djamilah, SE., M. Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal.....



Dr. Kristiningsih, SE., M. Si
Ketua Program Studi Manajemen

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala berkah dan rahmatNya sehingga skripsi dengan judul, **“Pengaruh Digital Marketing, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nah Project Di Surabaya”** dapat diselesaikan tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 program studi Manajemen.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena memang manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia adalah kelebihan dan keistimewaan manusia yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya maka, penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna menambah wawasan yang lebih lanjut. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan juga ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof Dr.H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. T.H.T.K.L(K), FICS selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec Gimanto Gunawan, MM., M.Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan pengarahan selama masa perkuliahan.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Atty Erdiana, SE., M.Ak. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan tenaga dan waktu dalam membimbing, memberi kemudahan, pengarahan, motivasi, semangat dan saran-saran dengan penuh kesabaran selama penulisan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, khususnya program studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan bermanfaat pada saat menimba ilmu.
6. Seluruh staff kemahasiswaan dan akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan pelayanan terbaik selama proses perkuliahan maupun skripsi.

7. Kedua orang tua, Ayah tercinta Agus Setija Budi, Ibu tercinta Sri Praptiwi yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta doa yang dipanjatkan kepada Allah SWT untuk penulis.
8. Sahabat Saya Rahadi Reza Ramadhani dan Widhy Alvian Mahardito yang selalu mengingatkan, memberi semangat supaya tidak gampang menyerah serta dukungan, dan selalu menerima keluhan kesah agar skripsi ini dapat terselesaikan dengan cepat dan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, peneliti selanjutnya, dan semua pihak.

Surabaya, 14 Januari 2023

Ardiansyah Budi Atmojo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSUTUJUAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Teori Pemasaran.....	11
2.1.2 Manajemen Pemasaran	12
2.1.3 Strategi Pemasaran	12
2.1.4 Digital Marketing.....	13
2.1.4.1 Kekuatan dan Kelemahan Digital Marketing	15
2.1.4.2 Indikator Digital Marketing.....	16
2.1.5 Harga.....	16
2.1.5.1 Proses dan Metode Penetapan Harga	17
2.1.5.2 Tujuan Penetapan Harga.....	20
2.1.5.3 Indikator Harga.....	21

2.1.6 Kualitas Produk.....	21
2.1.6.1 Faktor faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	23
2.1.6.2 Dimensi Kualitas Produk.....	25
2.1.6.3 Indikator Kualitas Produk.....	27
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	28
2.1.7.1 Proses Keputusan Pembelian.....	29
2.1.7.2 Faktor faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian ..	30
2.1.7.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	31
2.2 Hubungan antar Variabel	32
2.2.1 Hubungan antara Digital Marketing dengan Keputusan Pembelian	32
2.2.2 Hubungan antara Harga dengan Keputusan Pembelian	32
2.2.3 Hubungan antara Kualitas produk dengan Keputusan Pembelian ...	33
2.3 Penelitian Terdahulu	34
2.4 Hipotesis dan Metode Analisis.....	37
2.4.1 Hipotesis	37
2.4.2 Model Analisis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Pendekatan Penelitian	38
3.2 Populasi dan Sampel	38
3.2.1 Populasi Penelitian.....	38
3.2.2 Sampel Penelitian.....	39
3.3 Identifikasi Variabel.....	40
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4.1 Definisi Operasional Variabel Digital Marketing.....	41
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Harga.....	41
3.4.3 Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk.....	42
3.4.4 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian.....	42
3.5 Jenis dan Sumber Data	43

3.6 Uji Instrumen	44
3.6.1 Uji Validitas	44
3.6.2 Uji Reliabilitas	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	45
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.7.2 Uji Hipotesis	46
3.7.2.1 Uji F.....	46
3.7.2.2 Uji t.....	46
3.7.2.3 Uji Koefisien Determinasi	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Objek Penelitian	48
4.1.1 Profil NAH Project	48
4.1.2 Visi dan Misi NAH Project.....	50
4.2 Deskripsi Hasil Jawaban Responden	50
4.2.1 Kriteria dan Karakteristik Responden	50
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian	55
4.2.2.1 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel	
<i>Digital Marketing</i>	55
4.2.2.2 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga..	56
4.2.2.3 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel	
Kualitas Produk	56
4.2.2.4 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan	
Pembelian	57
4.3 Hasil Analisis Data.....	58
4.3.1 Hasil Uji Instrumen	58
4.3.1.1 Hasil Uji Validitas	58
4.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	59
4.3.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59

4.3.3 Hasil Uji Hipotesis	61
4.3.3.1 Hasil Uji F	61
4.3.3.2 Hasil Uji t	62
4.3.3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	65
4.4.1 Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian sepatu NAH Project	65
4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu NAH Project	66
4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian sepatu NAH Project	68
BAB V SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN.....	71
5.1 Simpulan	71
5.2 Saran.....	71
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	72
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar 10 Sepatu Lokal Terbaik.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	34
Tabel 4.1 Usia Responden diatas 18 tahun	51
Tabel 4.2 Membeli dan Menggunakan Sepatu NAH Project dalam 1 tahun Terakhir	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Wilayah dan Tempat Tinggal	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	54
Tabel 4.9 Kategori Masing masing Variabel	55
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Digital</i> <i>Marketing</i>	55
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga.....	56
Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk	56
Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.17 Hasil Uji	61
Tabel 4.18 Hasil Uji T.....	62
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Proses Keputusan Pembelian	29
Gambar 2.2 Model Analisis	37
Gambar 4.1 Logo NAH Project	48
Gambar 4.2 Sepatu NAH Project seri Flexknit.....	49
Gambar 4.3 Potret Presiden Jokowi menggunakan Sepatu NAH Project.....	49
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji F.....	62
Gambar 4.5 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	63
Gambar 4.6 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	63
Gambar 4.7 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	64

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan pembelian. 2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. 3) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu *digital marketing*, harga, dan kualitas produk sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria dalam penelitian ini adalah: 1) Konsumen yang pernah membeli dan menggunakan sepatu merek Nah Project dalam kurun waktu 1 tahun terakhir., 2) Konsumen berusia minimal 18 tahun. Jumlah sampel sebanyak 111 responden. Teknik analisis untuk uji hipotesis menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to 1) To determine the effect of digital marketing on purchasing decisions. 2) To determine the effect of price on purchasing decisions. 3) To determine the effect of price on purchasing decisions. The independent variables in this study are digital marketing, price, and product quality while the dependent variable in this study is purchasing decisions. Determination of the sample using purposive sampling method. The criteria in this study are: 1) Consumers who have purchased and used Nah Project brand shoes in the past 1 year. 2) Consumers are at least 18 years old. The number of samples is 111 respondents. The analysis technique for testing the hypothesis uses Multiple Linear Regression. The results of the study show that digital marketing has a significant effect on purchasing decision, price has a significant effect on purchasing decisions, and product quality has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Digital Marketing, Price, Product Quality, Purchase Decision