

**PENGARUH *E-COMMERCE*, *DIGITAL MARKETING* DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**  
*(Studi Pada Customer Arema Streetwear)*

**SKRIPSI**

*Untuk memenuhi persyaratan*

*dalam memperoleh gelar*

*Sarjana Ekonomi*



Disusun oleh :

**FRANKY FERDIANSYAH**

**NOMOR POKOK : K.2019.1.35003**

**Jurusan : Manajemen**

**Program Studi : Marketing**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
MALANGKUCECWARA MALANG  
TAHUN 2023**

**PENGARUH *E-COMMERCE*, *DIGITAL MARKETING* DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**  
*(Studi Pada Customer Arema Streetwear)*

**SKRIPSI**

*Untuk memenuhi persyaratan*

*dalam memperoleh gelar*

*Sarjana Ekonomi*



Oleh :

**Franky Ferdiansyah**

**K.2019.1.35003**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)  
MALANGKUCECWARA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN MALANG  
TAHUN 2023**

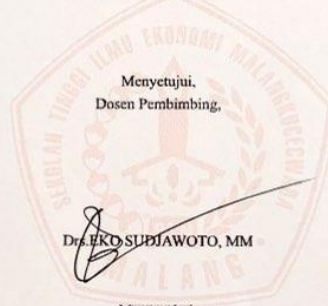
# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

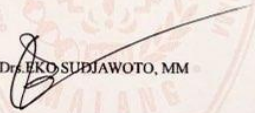
PENGARUH E-COMMERCE, DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA CUSTOMER AREMA STREETWEAR)

Oleh:  
FRANKY FERDIANSYAH  
K.2019.1.35003

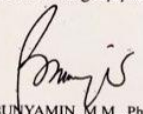
Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:  
15 Februari 2023 dan dinyatakan LULUS



Menyetujui,  
Dosen Pembimbing,

  
Dr. EKO SUPRIAWOTO, MM

Mengetahui,  
Ketua STIE Malangkuççwara,

  
Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 2 Februari 2023



Mahasiswa

Franky Ferdiansyah

NPK: K.2019.1.35003

## SURAT KETERANGAN RISET



## AREMA STREETWEAR

### SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Mukhammad Amin  
Jabatan : Pemilik Arema Streetwear  
Alamat : JL. Kyai Parseh Jaya 105 Bumiayu-Malang  
No HP : 081999014174

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Franky Ferdiansyah  
NPK : K.2019.1.35003  
Jurusan : Manajemen

Universitas : STIE Malangkucecwara

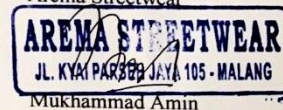
Judul Skripsi : "PENGARUH *E-COMMERCE*, *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Customer Arema Streetwear)"

Telah melakukan penelitian mengenai **PENGARUH *E-COMMERCE*, *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Customer Arema Streetwear)** di Arema Streetwear Malang dari tanggal 20 October 2022 s.d 28 Januari 2023

Demikian surat keterangan ini diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 28 Januari 2023

Arema Streetwear



## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karuniaNya yang telah diberikan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua saya yang memberikan dukungan dan doa yang sangat berharga untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Rektor STIE Malangkecewara Bapak Drs. Bunyamin M.M.,Ph.D.
4. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Dra.Lindanaty,MM.
5. Dosen Wali Bapak Dr.Uke Prajogo, STP, MM.
6. Dosen Pembimbing Bapak Drs. Eko Sudjawoto, MM.
7. Segenap dosen dan seluruh staf akademik yang selalu membantu dalam memberikan fasilitas dan ilmu hingga dapat memperoleh gelar sarjanah
8. Pimpinan Arema Streetwear Malang.
9. Ucapan terima kasih pada sahabat saat kuliah Maulidi Arundina, Adinda, Diah, Imelda, Agung, Ardhia, Vinka dan Agnes yang memberikan dukungan saat pengerjaan skripsi ini.
10. Ucapan terima kasih pada Stefani Herlian Novitasari.
11. Teman-teman UKM SEPAKBOLA.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berpengaruh banyak dalam proses penelitian skripsi ini. Penulis mohon maaf dengan harapan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan umumnya kepada pembaca.

Malang,02 Feburari 2023

Penulis



Franky Ferdiansyah

## **ABSTRACT**

*This study will look at how e-commerce, digital marketing, and product quality affect consumers' decisions to buy Arema Streetwear products. Quantitative research using comparative causal techniques is the research methodology used. Data analysis techniques were used with the SPSS 25 program, with a population of 263 and a sample of 75. The findings indicated that e-commerce had a positive and significant impact on purchase decisions, digital marketing had a favorable but non-significant impact, and product quality had a positive and significant impact.*

***Keyword :e-commerce, digital marketing, product quality, buying decision***

## ABSTRAK

Penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *e-commerce*, *digital marketing* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi pada customer Arema Streetwear). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode kausal komparatif. Populasi pada penelitian ini 263 dan sampel pada penelitian ini berjumlah 75 responden. Metode analisis data menggunakan bantuan aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *digital marketing* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian,

**Kata kunci :** *e-commerce*, *digital marketing*, kualitas produk, keputusan pembelian



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena anugerahNya, penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul **Pengaruh *E-commerce*, *Digital Marketing* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada *customer* Arema Streetwear)**

Sangat disadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat, tidak hanya untuk penulis tetapi juga pihak-pihak lain seperti pembaca yang membutuhkan, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih.

Malang, 02 Februari 2023

Penulis



Franky Ferdiansyah

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
SURAT KETERANGAN RISET.....	iii
LEMBAR RIWAYAT HIDUP .....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	3
1.3    Tujuan Penelitian.....	4
1.4    Manfaat Penelitian.....	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1    Tinjauan Teori.....	5
2.1.1 <i>E-Commerce</i> .....	5
2.1.2 <i>Digital Marketing</i> .....	7
2.1.3    Kualitas Produk .....	8
2.1.4    Keputusan Pembelian .....	8
2.1.4.1 Faktor – Factor yang mempengaruhi keputusan pembelian .....	9
2.4.1.2.....	11
2.2    Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	12

2.3	Model Konseptual Penelitian .....	17
2.4	Pengembangan Hipotesis .....	17
2.4.1	Pengaruh <i>E-Commerce</i> terhadap keputusan pembelian.....	17
2.4.3	Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	19
BAB III.....		20
METODE PENELITIAN.....		20
3.1	Jenis Penelitian .....	20
3.2	Sumber data.....	21
3.3	Populasi Dan Sampel .....	22
3.4	Variable, Operasional, dan Pengukuran.....	24
3.4.1	Variabel Penelitian .....	24
3.4.2	Operational Variabel.....	24
3.4.3	Pengukuran.....	27
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	28
3.6	Metode Analisis Data.....	28
3.5.1	Uji Validitas .....	28
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	28
3.5.3	Uji Asumsi Klasik .....	29
3.6	Uji Hipotesis .....	30
3.6.1	Uji t (Uji Parsial) .....	30
BAB IV .....		31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Gambaran umum obyek penelitian.....	31
4.1.1	Gambaran umum Toko Arema Streetwear.....	31
4.1.2	Produk yang dihasilkan Toko Arema Streetwear .....	32
4.1.3	Visi dan Misi Toko Arema Streetwear .....	33
4.2	Deskripsi responden dan variable penelitian .....	33
4.2.1	Deskripsi data Responden .....	33
4.2.2	Statistic deskripsi variabel penelitian .....	36
4.3	Analisis Data .....	37
4.3.1	Uji validitas.....	37

4.3.2 Uji Reabilitas .....	39
4.4 Pengujian Asumsi Klasik .....	40
4.4.1 Uji Normalitas.....	40
4.4.2 Uji Multikolinearitas .....	41
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	41
4.5 Uji Hipotesis.....	42
4.5.1 Uji Partial (Uji T).....	42
4.6 Pembahasan.....	44
4.6.1 Pengaruh <i>E-commerce</i> terhadap keputusan pembelian .....	44
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian .....	45
BAB V.....	47
PENUTUP .....	47
5.1 Kesimpulan .....	47
5.2 Kontribusi Penelitian .....	47
5.3 Keterbatasan penelitian.....	48
5.4 Saran .....	48
DAFTAR PUSTAKA .....	49
LAMPIRAN .....	51

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 .....	14
Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.2.....	27
Tabel Skala Likert.....	27
Tabel 4.1 Umur Responden.....	34
Tabel 4.2 jenis kelamin .....	35
Tabel 4.3 Profesi.....	35
Tabel 4.4 Statistic Descriptive.....	36
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	38
Tabel 4.6 Reabilitas .....	39
Tabel 4.7 Normalitas.....	40
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas .....	41
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas .....	42
Tabel 4.12 Uji T.....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Website Arema Streetwear.....	32
Gambar 4.2 Produk yang dihasilkan Arema Streetwear .....	32

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 .....51  
Lampiran 2 .....56  
Lampiran 3 .....68