

**PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN *DIGITAL MARKETING*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI MOKOPI CIAWIGEBANG**

(Survei pada konsumen Mokopi Ciawigebang)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh:

SITI NUR ROHMAH

20200510260

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI MOKOPI CIAWIGEBANG

(Survei pada Konsumen Mokopi Ciawigebang)

Disusun Oleh:

SITI NUR ROHMAH

20200510260

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 20 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

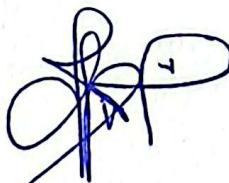
Susunan Dewan Penguji,

Penguji I,



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Penguji II,



Wachjuni, S.E., M.M.
NIK. 410106710221

Penguji III,



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106910232

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH VARIASI PRODUK, HARGA DAN DIGITAL MARKETING
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI MOKOPI CIAWIGEBANG**
(Survey pada Konsumen Mokopi Ciawigebang)

Disusun Oleh :

SITI NUR ROHMAH
20200510260

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juli 2024

Dosen Pembimbing I,



Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M
NIK. 41038111400

Dosen Pembimbing II,



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106910232

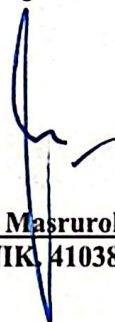
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Konsumen Mokopi Ciawigebang)” ini beserta isinya adalah benar hasil karya sendiri bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau terhadap klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Mei 2024

Penulis



SITI NUR ROHMAH

NIM. 20200510260

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.”

(Boy Chandra)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk almarum bapak dan keluarga kecilku.

ABSTRAK

SITI NUR ROHMAH (20200510260) "Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei terhadap Konsumen di Mokopi Ciawigebang)" Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. Dibimbing oleh

Pembimbing I : Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M. dan Pembimbing II : Wely Hadi Gunawan, S.E, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk, harga dan *digital marketing* terhadap minat beli konsumen. Sampel dalam penelitian ini adalah orang yang telah mencari informasi dan berminat untuk membeli di Mokopi Ciawigebang. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner melalui *google form*. Jumlah total sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah angket dan pengukurannya menggunakan skala interval, data yang diperoleh diolah dengan metode analisis regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS Statistika. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis deskriptif yang dapat diverifikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: variasi produk, harga, dan *digital marketing* secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Mokopi Ciawigebang.

Kata kunci: Variasi Produk, Harga, Digital Marketing Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

SITI NUR ROHMAH (20200510260) “The Effect Of Product Variation, Price And Digital Marketing On Consumer Buying Interest (Survey of Consumers at Mokopi Ciawigebang)” Management Study Program. Faculty of Economics and Business, Kuningan University.

Guided by Supervisor I: Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M. and Supervisor II: Wely Hadi Gunawan, S.E, M.M.

This study aims to determine the influence of product variations, price, and digital marketing on consumer buying interest. The sample in this study is people who have searched for information and are interested in buying at Mokopi Ciawigebang. The research method used by the author in this study is a survey method using a questionnaire through Google Form. The total number of samples in this study is 100 respondents. The data collection technique used in this study is a questionnaire and the measurement is done using an interval scale, the data obtained is processed using the multiple linear regression analysis method with the help of the SPSS Statistics application. Hypothesis testing is done using descriptive analysis techniques that can be verified. The results show that: product variations, price, and digital marketing simultaneously and partially have a positive and significant impact on consumer buying interest at Mokopi Ciawigebang.

Keywords: Product Variation, Price, Digital Marketing, Consumer Buying Interest.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini ijin penulis untuk mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tersayang (Alm. Bapak **Iman Suedirman** dan Mama **Ilah Karmilah**) yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tak pernah putus untuk anaknya selama menjalankan Pendidikan di Universitas Kuningan.
3. Kakak tersayang (Alm. **Wahyu Rudiman**) serta Adik tercinta (**Yunny Rahayu**) terima kasih selalu menjadi penyemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak **Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M** selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak **Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M** selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Bapak **Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si** selaku Rektor Universitas Kuningan.
7. Ibu **Dr. Lili Karmela Fitriani, S.e., Msi** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Ibu **Rina Masruroh, S.E., ME.Sy** selaku Kaprodi Manajemen Universitas Kuningan.
9. Ibu **Fauziyah Adzimatunur S.E., M.Si.** selaku Dosen Pembimbing Akademik.

10. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang tidak bernilai harganya.
11. Terima Kasih kepada teman seperjuangan yang selalu support dan selalu sabar menghadapi diriku ini. Makasih ya teman-teman sayang kalian selalu mensupport saya.
12. Kepada seseorang yang pernah kebersamaian dan tidak bisa penulis sebut namanya. Terimakasih sudah menemani proses awal penyusunan skripsi ini dan telah menjadi bagian menyenangkan sekaligus menyakitkan hehe. Pada akhirnya setiap orang ada masanya dan setiap masa ada orang nya. Dan orang yang berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu yang amat banyak dan telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan selalu memberikan semangat untuk pantang menyerah.
13. Terakhir, terimakasih untuk diri saya SITI NUR ROHMAH. Karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini.

Kuningan, Mei 2025

SITI NUR ROHMAH
NIM. 20200510260

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala karunia dan ridho-Nya, sehingga proposal penelitian dengan judul “Pengaruh Variasi Produk, Harga dan Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Di Mokopi Ciawigebang ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Penyusunan proposal ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) dalam Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan proposal ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan lapang hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca untuk menyempurnakan dan menjadi bahan perbaikan proposal ini ke arah yang lebih baik.

Demikian atas perhatiannya, saya ucapkan terima kasih. Semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kuningan, 09 Mei 2024 Penulis

Siti Nur Rohmah
20200510260

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Identifikasi Masalah	10
I.3 Rumusan Masalah	11
I.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	
.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Variasi Produk.....	13
2.1.2 Harga	17
2.1.3 Digital Marketing	21
2.1.4 Minat Beli.....	25
2.2 Hubungan Antar Variabel	30
BAB III METODE PENELITIAN	41

3.1	Metode Penelitian yang Digunakan.....	41
3.2	Operasionalisasi Variabel.....	42
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	44
3.3.1	Populasi	44
3.3.2	Sampel	44
3.4	Sumber Data	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data	45
3.6	Uji Instrumen.....	46
3.6.1	Uji Validitas.....	46
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.7	Teknis Analisis Data.....	51
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	51
3.7.2	Analisis Verifikatif	51
3.8	Metode Analisis Data	51
3.8.1	Uji Asumsi Klasik	51
3.8.2	Analisis Regresi Linear Berganda	53
3.8.3	Koefisien Determinasi	53
3.8.4	Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Hasil Penelitian.....	57
4.1.1	Deskripsi Tempat Penelitian.....	57
4.1.2	Deskripsi Responden	57
4.1.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	59
4.1.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	66

4.1.5	Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
4.1.6	Analisis Koefisien Determinasi.....	70
4.1.7	Pengujian Hipotesis.....	71
4.2	Pembahasan.....	72
4.2.1	Pengaruh Variasi Produk, Harga dan <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Beli Konsumen	72
4.2.2	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	73
4.2.3	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen	74
4.2.4	Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Beli Konsumen .	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah Pengunjung For Coffe, Ini Coffe, Makaya Cofffe, & Mokopi Ciawigebang	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 3. 1 Kriteria Uji F untuk Hipotesis Simultan	55
Gambar 3. 2 Kriteria Uji t untuk Hipotesis Parsial	56
Gambar 4. 1 Kedudukan Variasi Produk (Variabel X_1) dalam Kontinum	61
Gambar 4. 2 Kedudukan Harga (Variabel X_2) dalam Kontinum	62
Gambar 4. 3 Kedudukan Digital marketing (Variabel X_3) dalam Kontinum.....	64
Gambar 4. 4 Kedudukan Minat Beli Konsumen (Variabel Y) dalam Kontinum..	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengunjung For Coffe, Ini Coffe, Makaya Coffe &	4
Tabel 1. 2 Data Hasil Pra-Survei Minat Beli Konsumen di Mokopi Ciawigebang	6
Tabel 1. 3 Research GAP	8
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variasi Produk (X1)	47
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Harga (X2)	48
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Digital Marketing (X3)	48
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y).....	49
Tabel 3. 6 Hasil Perhitungan Reliabilitas.....	50
Tabel 3. 7 Hasil Perhitungan Reliabilitas.....	50
Tabel 3. 8 Hasil Perhitungan Reliabilitas.....	50
Tabel 3. 9 Hasil Perhitungan Reliabilitas.....	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4. 5 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov (K-S).....	66
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	69
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Simultan (F).....	71
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial (t)	72