

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *ONLINE*, KUALITAS PRODUK,
DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA OK
PUKAT**

(Survei Pada Konsumen Produk OK Pukat di Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Program Studi Manajemen

Disusun Oleh:

RITA PURNAMA SARI
NIM. 20200510094



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

2024

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *ONLINE*; KUALITAS PRODUK
DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA OK
PUKAT

(Survei pada konsumen Produk OK Pukat di Kuningan)

Disusun Oleh :

RITA PURNAMA SARI

20200510094

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 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. H. Iskandar., MCM
NIP. 196205081987031003

Penguji II,



Dr. Rina Masruroh, SE., ME. Sy.
NIK. 41038091296

Penguji III,



Dr. Novi Satria Praja, SE, M.Pd
NIK. 41038072262

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *ONLINE*, KUALITAS PRODUK
DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA OK
PUKAT

(Survei pada konsumen Produk OK Pukat di Kuningan)

Disusun Oleh
RITA PURNAMA SARI
20200510094


Disetujui Oleh Pembimbing :

Kuningan, 05 Juli 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. H. Iskandar.,M.M
NIP. 196205081987031003


Yasir Maulana, S.E., M.S.M
NIK. 410109810237

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Kepala Program Studi Manajemen,



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


Dr. Rina Masruroh, SE., ME. Sy.
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *ONLINE*, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Survei Pada Konsumen Produk Ok Pukat di Kuningan)”. Ini beserta isinya adalah benar karya saya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap bertanggung jawab dan menanggung resiko apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Kuningan, Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan



RITA PURNAMA SARI

NIM. 20200510094

MOTTO

“Teruslah berbuat baik tapi jangan merasa kamu yang paling terbaik”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku selesaikan sebagai persembahan kecil dari ku untuk kedua orang tua saya, papa saya, dan sodara serta almarhumah mamah (Anah). Mereka yang mendukung, memberi do'a dan semangat kepada saya selama ini, khususnya papa. Terimakasih atas semua dukungan dan kasih sayang mu.”

ABSTRAK

RITA PURNAMA SARI. Nomor Induk Mahasiswa 20200510094. Judul Skripsi “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN *ONLINE*, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN OK PUKAT” (Survei Pada Konsumen Produk Ok Pukat di Kuningan)”. Dibimbing oleh Bapak Dr. H. Iskandar .M.M Pembimbing II Yasir Maulana, SE.,M.S.M. Program Studi Manajemen., Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan terkait Analisis Strategi Pemasaran *Online*, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Ok Pukat. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling dengan responden sebanyak 115 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah dengan SPSS 25. Analisis data menggunakan regresi linier berganda yang terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Hasil pengujian dari hipotesis yang diajukan menunjukkan bahwa (1) secara parsial Pemasaran *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (2) secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (3) secara parsial menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. (4) secara simultan diketahui bahwa pemasaran *online*, kualitas produk dan lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : Analisis Strategi Pemasaran *Online*, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Ok Pukat

ABSTRACT

RITA PURNAMA SARI, with student ID 20200510094, conducted a study titled "ANALYSIS OF ONLINE MARKETING STRATEGIES, PRODUCT QUALITY, AND LOCATION ON OK PUKAT CONSUMER BUYING INTEREST" (Survey of Ok Pukat Product Consumers in Kuningan). This research was supervised by Dr. H. Iskandar .M.M as the primary supervisor and Yasir Maulana, SE.,M.S.M as the secondary supervisor in the Management Study Program at the Faculty of Economics and Business, Kuningan University.

The research aimed to address inquiries regarding the Analysis of Online Marketing Strategy, Product Quality, and Location on Ok Pukat Consumer Buying Interest. It employed quantitative research methods using a survey approach. The sampling technique used was simple random sampling with 115 respondents. Data collection was facilitated through questionnaires processed with SPSS 25. Data analysis involved multiple linear regression, preceded by classical assumption testing. The test results of the hypotheses proposed indicated that (1) online marketing partially had a positive and significant effect on buying interest, (2) product quality partially showed a positive and significant influence on purchasing interest, and (3) location partially demonstrated a positive and significant effect on consumer purchases. Additionally, it was found that online marketing, product quality, and location collectively influenced consumer buying interest.

Keywords: Analysis of Online Marketing Strategy, Product Quality, and Location on Ok Pukat Consumer Buying Interest

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran *Online*, Kualitas Produk Dan Lokasi (Survei Pada Konsumen Produk Ok Pukat di Kuningan)”. Penulisan proposal ini dilakukan dengan maksud dan tujuan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari segi teknik penyusunan maupun dari segi teori. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun sebagai bahan masukan yang bermanfaat demi perbaikan dimasa mendatang.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Kuningan, Juni 2024

Penyusun,

RITA PURNAMA SARI

NIM. 20200510094

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah robbil'alamin, dengan segala kerendahan hati penulis panjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta (Bapak Sunadi) Dan Ibu Anah (Almh) yang selalu memberikan kasih sayang, do'a serta dorongan yang penuh kepada penulis baik moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Semoga keluargaku selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Bapak Dr.H.Iskandar, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, motivasi, nasehat serta arahan yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Yasir Maulana, SE., M.S.M selaku dosen pembimbi II yang telah bersedia meluangkan waktunya dan penuh kesabaran untuk memberikan bimbingan, motivasi, nasehat serta arahan yang sangat bermanfaat bagi penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.
5. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela F, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Ibu Enung Nurhayati, SE., Ak., Si., CA Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universits Kuningan
7. Ibu Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
8. Bapak Vigori Gloriman Manalu, M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak nasehat selama masa perkuliahan.

9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan seluruh Staf yang telah banyak memberikan ilmu, pengalaman serta arahan selama masa perkuliahan.
10. Kaka (Sukandar Dan Rima Meriyanti) tersayang yang selalu memberikan segala bentuk motivasi dan materi
11. Adik sepupuku (Fariz, Shela, Rena, Firman dan Wiwik,) bibiku (Ibu Suarsih Dan Ibu Poniah) tersayang dan seluruh keluarga besarku yang senantiasa selalu memberikan do'a, senyuman, bahagia, kasih sayang dan dukungan yang tentunya menjadi kekuatan bagi penulis.
12. Keponakan (Felicia Qhisthy El Widad, Naura Fariha Elfaniza, Fathan Syauqi El Shidqi, Tiara Nazwa, Hana Labiba Elkeisha, Silmi Mahira Huwaida, Hifza Aghnia Humaira, Rashila Hasna Firnandari, Dan Ghaidan Firenzhia Khawarizmi yang selalu membuat tertawa ketika mengerjakan skripsiku dan juga yang selalu bikin semangat buat keponakan Ade Fathan Syauqi El Shidqi terimakasih..
13. Sahabatku tersayang Fikri Khofifah, Nova Selvia, Dan Ufit Fitriani, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dari awal masuk kuliah dan sampai menyusun skripsi dengan lancar ini.
14. Sahabatku juga dan sekaligus teman kelas yang paling dekat Nita Rahmawati, Nisa Nurkhaliza, Lilis Sundari, Suci Nurjanah, Winni Triayuni Lestari, Fani Nur Elpiani, Mia Alfina Juwita, Sinta Dwiayunitas dan Qonita zihan azhari yang selalu memberikan semangat dan selalu memberikan effort selama Menyusun skripsiku.
15. Sahabat-sahabat kelas Manajemen I 2024, terimakasih untuk kebersamaan selama menempuh masa perkuliahan dan selalu memberikan semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
16. Semua pihak yang tidak dapat di sebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan da'a dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS..	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Minat Beli.....	9
2.1.2.1 Pengertian Minat Beli	9
2.1.2.2 Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen	10
2.1.2.3 Jenis-Jenis Minat Beli Konsumen.....	12

2.1.2.4 Indikator Minat Beli Konsumen	13
2.1.2.5 Dimensi Minat Beli.....	15
2.1.3 Pemasaran <i>Online</i>	16
2.1.3.1 Pengertian Pemasaran <i>Online</i>	16
2.1.3.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran <i>online</i>	17
2.1.3.3 Indikator Pemasaran <i>Online</i>	18
2.1.3.4 Dimensi Pemasaran <i>Online</i>	18
2.1.4 Kualitas Produk.....	18
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Produk.....	18
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	19
2.1.4.3 Indikator Kualitas Produk	20
2.1.4.4 Dimensi Kualitas Produk	20
2.1.5 Lokasi.....	21
2.1.5.1 Pengertian Lokasi.....	21
2.1.6 Penelitian Terdahulu	22
2.2.1 Hubungan antar variabel	27
2.2.1.1 Pengaruh Pemasaran Online Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	27
2.2.1.2 Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Minat Beli Konsumen	27
2.2.1.3 Pengaruh Kualitas Terhadap Minat Beli Konsumen.....	28
2.2.1.4 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen.....	28
2.3 Kerangka Berpikir.....	29
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.2 Operasional Variabel.....	32
3.2.1 Variabel Independen	32
3.2.2 Variabel Dependen.....	33

3.3	Populasi dan Penarikan Sampel	36
3.3.1	Populasi	36
3.3.2	Sampel	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4.1	Jenis Dan Sumber Data	37
3.5	Pengujian Instrumen	39
3.5.1	Uji Validitas	39
3.5.2	Uji Reliabilitas	43
3.6	Metode Analisis Data	45
3.6.1	Deskriptif	45
3.6.2	Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval	46
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	47
3.7.3.1	Uji Normalitas	47
3.7.3.2	Uji Multikolinieritas	47
3.3.1.1	Uji Linieritas	48
3.7.4	Analisis Regresi Berganda	49
3.7.5	Koefisien Determinasi	49
3.7.6	Uji Hipotesis	51
3.7.6.1	Uji F (Uji Simultan)	51
3.7.6.2	Uji T (Uji Parsial)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Hasil Penelitian	54
4.1.1	Deskriptif Objek Penelitian	54
4.1.2	Karakteristik Responden	55
4.1.3	Deskriptif Variabel Penelitian	58
4.1.4	Analisis Data	66

4.1.4.1 Analisis Deskriptif	66
4.1.4.2 Uji Asumsi Klasik	72
4.1.4.2.1 Uji Normalitas	72
4.1.4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	73
4.1.4.2.3 Uji Linearitas	74
4.1.4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
4.1.4.2.5 Koefisien Determinasi (R-Square)	76
4.1.4.3 Uji Hipotesis.....	76
4.1.4.3.1 Uji F (Uji Simultan).....	76
4.1.4.5.2 Uji t (Uji Parsial)	77
4.2 Pembahasan.....	79
4.2.1 Pengaruh Minat Beli, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen OK Pukat.....	79
4.2.2 Pengaruh Pemasaran <i>Online</i> terhadap Minat Beli.....	80
4.2.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	81
4.2.4 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli.....	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Penjual Ok Pukat Offline Dan Online Tahun 2021-2023..	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 3.2 Skala Pengisian Kuisisioner	39
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Angket Pemasaran Online.....	50
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Angket Kualitas Produk	41
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Angket Lokasi	42
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Angket Minat Beli.....	42
Tabel 3.7 Hasil Uji Coba Reliabilitas Pemasaran Online	44
Tabel 3.8 Hasil Uji Coba Reliabilitas Kualitas Produk.....	45
Tabel 3.9 Hasil Uji Coba Reliabilitas Lokasi.....	45
Tabel 3.10 Hasil Uji Coba Reliabilitas Minat Beli	45
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan	57
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Pemasaran Online.....	67
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk	68
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Lokasi	70
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Minat Beli.....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas On-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas Pemasaran Online	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas Lokasi	75
Tabel 4.15 Analisis RegresiLinier Berganda	76
Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi	77
Tabel 4.17 Hasil Uji F.....	77
Tabel 4.18 Hasil Analisis Uji T.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Penjual Ok Pukat Kuningan Tahun 2021-2023	2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 3.2 Kriteria Penerimaan Dan Penolakan Hipotesis Dengan Uji.....	52
Gambar 3.3 Kriteria Penerimaan Dan Penolakan Hipotesis Dengan Uji.....	53
Gambar 4.1 Kedudukan Variabel X1 Dalam Kriterium	59
Gambar 4.2 Kedudukan Variabel X2 Dalam Kriterium	62
Gambar 4.3 Kedudukan Variabel X3 Dalam Kriterium	64
Gambar 4.4 Kedudukan Variabel X4 Dalam Kriterium	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Surat Pengantar Bimbingan Surat Pengantar Izin Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran II	: Kuesioner
Lampiran III	: Jawaban Hasil Kuesioner Data Hasil Ordinal ke Interval
Lampiran IV	: Output Hasil Perhitungan SPSS 25
Lampiran V	: Tabel r (taraf signifikansi (0,05) Tabel t (taraf signifikansi (0,05) Tabel f (taraf signifikansi (0,05) Tabel f (taraf signifikansi (0,05)
Lampiran VI	: Daftar Riwayat Hidup