

**SKRIPSI**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KERAGAMAN PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
*MARKETPLACE* TOKOPEDIA**

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim  
Indonesia Makassar)**



**OLEH :**

**RACHMAT ANUGERAH**

Stb. 02220200100

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN/PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA  
MAKASSAR**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KERAGAMAN PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
*MARKETPLACE* TOKOPEDIA**

**(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim  
Indonesia Makassar)**



**OLEH :**

**RACHMAT ANUGERAH**

**Stb. 02220200100**

**SKRIPSI SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH  
GELAR SARJANA PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA**

**JURUSAN/PRODI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUSLIM INDONESIA  
MAKASSAR  
2024**

**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING**

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *DIGITAL MARKETING*  
DAN KERAGAMAN PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN PADA *MARKETPLACE*  
TOKOPEDIA

NAMA MAHASISWA : RACHMAT ANUGERAH

NOMOR STAMBUK : 02220200100

JURUSAN : MANAJEMEN

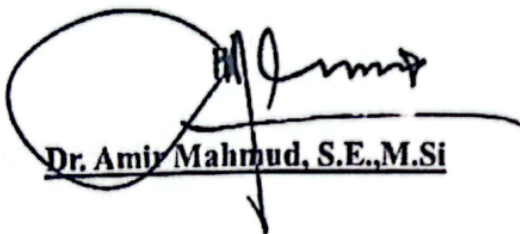
KONSENTRASI : PEMASARAN

DASAR PENETAPAN PEMBIMBING : 1952/H.20/FEB/UMI/III/2023

DISAHKAN OLEH :

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Amir Mahmud, S.E., M.Si




Andi Faisal Bahari, S.E., M.M

MENGETAHUI :

Dekan

Ketua Jurusan



Dr. H. Muhammad Syafi'i A Basalamah, S.E., M.M



Moh. Zulkifli Murfat, S.Kom., S.E., M.M

## HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN  
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN PADA  
*MARKETPLACE* TOKOPEDIA

NAMA MAHASISWA : RACHMAT ANUGERAH

NOMOR STAMBUK : 02220200100

JURUSAN : MANAJEMEN

KONSENTRASI : PEMASARAN

DASAR PENETAPAN PENGUJI : 1952/H.20/FEB/UMI/III/2023

Disahkan Oleh :

Komisi Penguji :

Dr. Amir Mahmud, S.E.,M.Si

(Ketua)

Dr. Sabri Hasan, S.E.,M.M

(Anggota):

Dr. Drs. Amir, S.E.,M.Ag

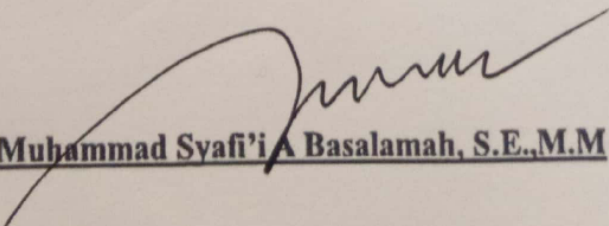
(Anggota) :

Andi Faisal Bahari, S.E.,M.M

(Anggota) :

Mengetahui,

Dekan

  
Dr. H. Muhammad Syafi'i A Basalamah, S.E.,M.M

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rachmat Anugerah  
Nim : 022 2020 0100  
Jurusan/Prodi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul:

**”PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA *MARKETPLACE TOKOPEDIA*”**

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskahskripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya ataupun pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Makassar, 26 Maret 2024

Yang membuat pernyataan

Materai  
10.000

**Rachmat Anugerah**

**02220200100**

## KATA PENGANTAR



Dengan mengucapkan puji dan Syukur kehadirat Allah SWT, karena atas ridho dan hidayah-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul "Pengaruh *Digital Marketing* dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Marketplace* Tokopedia" sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana serta menjadi aplikasi pengetahuan dan ilmu penulis selama berada di bangku kuliah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.

Berbagai kesulitan telah dilewati dalam rangka penyusunan skripsi ini, namun berkat bantuan dan dukungan berbagai pihak, terkhusus kedua orang tua saya Ibu Rusnah Cennu dan Ayahanda Mikdar Mahmuddin dan kedua kakak tercinta saya Ruryanti dan Reza Mandala Putra beserta seluruh keluarga besar yang tidak sempat saya sebutkan satu persatu, yang selama ini telah memberikan kasih sayang, Do'a dan semangat kepada peneliti mulai dari lahir hingga sekarang, sehingga peneliti mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Dalam penyusunan ini peneliti mendapatkan banyak sekali bantuan dari berbagai pihak baik dari segi materi maupun moril. Oleh karena itu, perkenankanlah peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungannya. Terima kasih peneliti sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sufirman, S.H.,M.H. selaku Rektor Universitas Muslim Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Syafi'i A Basalamah, S.E.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia.
3. Bapak Moh. Zulkifli Murfat, S.kom.,S.E.,M.Si. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen.
4. Bapak Dr. Amir Mahmud, S.E.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Andi Faisal Bahari, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing II atas kesediaannya memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan yang sangat membangun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Sabri Hasan, S.E.,M.M. dan Bapak Dr. Drs. Amir, S.E.,M.Ag. selaku dosen penguji yang telah memberikan saran, masukan dan koreksi mulai dari awal sampai selesainya skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia yang telah membantu peneliti selama masih duduk dibangku kuliah hingga selesainya skripsi ini.
7. Terkhusus sahabat seperjuangan Nabila Dwishintia Sopamena dan Putri Aulia Sari yang telah ikut membantu, meluangkan waktunya dan selalu memberikan dukungan selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
8. Teristimewa sahabat Bodrex yang telah ikut memberi dukungan yang setia dan menjadi penyemangat dalam menjalani perkuliahan hingga penyelesaian skripsi.

9. Sahabat ROOX dan bRaDeR yang telah memberikan do'a dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang mungkin belum saya sebutkan yang telah membantu penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
11. Dan yang terakhir terima kasih juga saya sampaikan kepada diri saya sendiri Rachmat Anugerah yang tetap berjuang dan tidak menyerah, tetap sabar dalam berproses. Terima kasih telah berhasil menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kedepannya dapat memperbaiki apa yang kemarin dirasa kurang dan ditambahkan apa yang dirasa diperlukan.

Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun yang dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi peneliti demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa bersama kita dan meridhoi jalan hidup kita. Aamiin.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 26 Maret 2024

Rachmat Anugerah



## ABSTRAK

Rachmat Anugerah. 02220200100. **Pengaruh Digital Marketing Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia**, Pembimbing : Amir Mahmud dan Andi Faisal Bahari.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital marketing dan keragaman produk terhadap minat beli konsumen/mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muslim Indonesia Angkatan 2020 pada Marketplace Tokopedia guna mengetahui minat beli mahasiswa ketika adanya digital marketing dan keragaman produk yang baik

Jenis penelitian ini yaitu kausalitas dengan menggunakan data primer dengan jumlah Mahasiswa 83 orang/responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa aktif Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMI Angkatan 2020. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan kuesioner terhadap objek penelitian. Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software *Statistical Program for Social Science* SPSS versi 23.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan bahwa hasil digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Kemudian keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan Secara simultan bersama-sama digital marketing dan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen/mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMI Angkatan 2020 pada marketplace Tokopedia.

**Kata kunci:** *Digital marketing*, Keragaman produk, Minat beli.

## ABSTRACT

*Rachmat Anugerah. 02220200100. **The Influence of Digital Marketing and Product Diversity on Consumer Purchase Interest on the Tokopedia Marketplace**, Supervisors: Amir Mahmud and Andi Faisal Bahari.*

*This research aims to determine the influence of digital marketing and product diversity on the buying interest of consumers/students at the Faculty of Economics and Business, Indonesian Muslim University Class of 2020 on the Tokopedia Marketplace in order to determine students' buying interest when there is digital marketing and good product diversity.*

*This type of research is causality using primary data with a total of 83 students/respondents. The data collection technique was carried out using a questionnaire. The population of this research is all active students of the Department of Management, Faculty of Economics and Business, UMI Class of 2020. Data collection for this research uses a survey method by distributing questionnaires to the research objects. The statistical method used to test the hypothesis is to use multiple linear regression with the help of the Statistical Program for Social Science SPSS version 23 software.*

*Based on the analysis that has been carried out, digital marketing results have a positive and significant effect on purchasing interest. Then product diversity has a positive and significant effect on buying interest and simultaneously together digital marketing and product diversity have a positive and significant effect on buying interest of consumers/students majoring in Management, Faculty of Economics and Business, UMI Class of 2020 on the Tokopedia marketplace.*

**Keywords:** *Digital marketing, product diversity, purchasing interest.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Konseptual Penelitian.....	41
D. Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN .....	42
A. Pendekatan Penelitian.....	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
C. Jenis dan Sumber Data.....	42
D. Teknik Pengumpulan Data.....	43
E. Populasi dan Sampel.....	44
F. Metode Analisis Data.....	45
G. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	50
BAB IV .....	52
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	52
B. Hasil Penelitian.....	54

<b>C. Pembahasan.....</b>	<b>69</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>77</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>78</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN 2 DATA PENELITIAN .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN 3 HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Penelitian Terdahulu .....	37
2.	Definisi Operasional Variabel.....	50
3.	Distribusi dan Pengambilan Kuesioner.....	54
4.	Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden .....	54
5.	responden berdasarkan umur/usia .....	55
6.	Analisis Statistik Deskriptif .....	55
7.	Tanggapan Responden Mengenai Digital Marketing .....	57
8.	Tanggapan Responden Mengenai Keragaman Produk .....	58
9.	Tanggapan Responden Mengenai Minat beli .....	59
10.	Hasil Uji Validitas.....	60
11.	Hasil Uji Reliabilitas .....	61
12.	Hasil Uji Multikolinieritas .....	63
13.	Model Persamaan Regresi .....	65
14.	Hasil Uji $R^2$ .....	66
15.	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	67
16.	Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	68
17.	Marketplace Yang Ada Di Indonesia.....	112
18.	Sosial Media Marketing.....	114

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Grafik Kunjungan Bulanan Laman Web .....	3
2.	Brand Ambassador Tokopedia.....	4
3.	Kerangka Konseptual.....	41
4.	Hasil Uji Normalitas .....	62
5.	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	64