

**ANALISIS DIGITAL MARKETING,KUALITAS PRODUK DAN HARGA
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI MASYARAKAT DENGAN
CITA RASA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS
UMKM TAPE DIDESA TEBING TINGGI PANGKATAN)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu**



OLEH:

Aulia Husna

2101100027

**UNIVERSITAS LABUHANBATU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
STUDI MANAJEMEN
RANTAUPRAPAT
2025**

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : AULIA HUSNA
NPM : 2101100027
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL TUGAS : ANALISIS DIGITAL MARKETING, KUALITAS
AKHIR : PRODUK DAN HARGA DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI
MASYARAKAT DENGAN CITA RASA
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI
KASUS UMKM TAPE DI DESA TEBING TINGGI
PANGKATAN)

RANTAUPRAPAT, 12 JUNI 2025

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA

DR. NURINTAN ASIAH SIREGAR, SE, M.Si
NIDN.0128098302

PEMBIMBING PENDAMPING

PRAIDA HANSYAH, S.Ag., MA
NIDN. 0114087001

MENYETUJUI:

DEKAN



PRISTYONO, SE, M.Si
NIDN. 0116118301

KAPRODI MANAJEMEN



UNIRIAN ZEBUA, SE, M.Si
NIDN. 0117067201

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : AULIA HUSNA
NPM : 2101100027
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS DIGITAL MARKETING, KUALITAS
PRODUK DAN HARGA DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI
MASYARAKAT DENGAN CITA RASA
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI
KASUS UMKM TAPE DIDESA TEBING
TINGGI PANGKATAN)

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 12 Juni 2025
Yang Membuat Pernyataan



AULIA HUSNA
NPM. 2101100027

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis digital marketing, kualitas produk, harga dalam meningkatkan minat beli UMKM tape di desa Tebing Tinggi Pangkatan. Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah konsumen UMKM tape sebanyak 100 responden. Alat untuk menganalisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan PLS-SEM dengan software SmartPLS 4.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cita rasa mempengaruhi minat beli secara signifikan dengan T – statistik 3,988 dan nilai p – *value* 0,000, digital marketing mempengaruhi cita rasa secara signifikan dengan nilai T- statistik 2,871 dengan nilai - *value* 0,004, digital marketing mempengaruhi minat beli secara signifikan dengan nilai T – statistik 3,916 dengan nilai p - *value* 0,044, Harga mempengaruhi cita rasa secara signifikan dengan nilai T- statistik 2,011 dengan nilai p – *value* 0,044, harga ke minat beli tidak berpengaruh secara signifikan dengan nilai T – statistik 1,101 dengan p – *value* 0,271, kualitas produk mempengaruhi cita rasa secara signifikan dengan nilai T- statistik 2.863 dengan nilai p – *value* 0,004, kualitas produk tidak mempengaruhi minat beli secara signifikan dengan nilai T- statistik 0,219 dengan nilai p - *value* 0,826.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan atas kurnia, rahmat dan berkat-Nya, Sehingga skripsi penulis yang berjudul “ ANALISIS DIGITAL MARKETING KUALITAS PRODUK DAN HARGA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI MASYARAKT DENGAN CITA RASA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi kasus UMKM tape di desa Tebing Tinggi Pangkatan)” dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi Strata Satu (S1) di fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

Selama menulis skripsi, tentu nya tidak akan lepas dari bimbingan, bantuan, dukungan serta doa dari berbagai pihak yang memberikan penulis semangat dan motivasi dalam menyelesaikan penulisan Skripsi. Untuk itu sebagai rasa syukur dan hormat, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE, M.Si, selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
2. Bapak Pristiono, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Ibu Dr. Nurintan Asyiah Siregar, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing pertama, penulis ucapkan terimakasih atas waktu, perhatian, bimbingan seta saran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Ibu Praidha Hansyah , S.Ag.,M.A selaku dosen pembimbing kedua penulis ucapkan terimakasih atas waktu, perhatian, bimbingan seta saran sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Bayu Eko Broto, SE, MM selaku dosen penguji penulis ucapkan terima kasih telah meluangkan waktu ditengah kesibukannya dalam menguji dan membimbing Skripsi ini.
6. Kedua orang tua penulis Bapak Abdul kodir panjaitan dan Ibu Juriah, penulis ucapkan banyak terimakasih yang sudah memberikan doa dan kasih sayang yang tak terhingga, memberikan dukungan dan semangat kepada penulis sehingga mampu untuk menyelesaikan program studi sampai selesai.
7. Kepada saudari perempuanku dan saudara laki- laki ku terima kasih sudah membantu dan memberikan penulis dukungan untuk tetap semangat dalam mengerjakan Skripsi ini.
8. Kepada seseorang yang penulis jumpai di semester 1 sampai saat ini, Penulis ucapkan terima kasih untuk dukungan dan selalu mendampingi penulis di setiap situasi dan kondisi yang penulis alami selama masa perkuliahan.
9. Kepada teman – teman seperjuangan penulis terima kasih telah berjuang bersama – sama dalam menyelesaikan program studi sampai selesai.
10. Dan untuk diri sendiri, Aulia Husna terima kasih atas kesabaran, kerja keras dan tetap semangat menghadapi tantangan yang muncul selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih selalu percaya bahwa segala niat baik dan haraoan akan selalu diberi kemudahan

Rantauprapat, 12 Juni 2025



Aulia Husna

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Dan Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Masalah.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Landasan Teori.....	8
C. Kerangka Konseptual	24
D. Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	26
B. Populasi Dan Sampel	27
C. Defenisi Operasional Variabel	28
D. Jenis Dan Sumber Data	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Analisis Data	32
G. Teknik Analisis Data.....	34
H. Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian	38
1. Gambaran Umum Umkm Tape Di Desa Tebing Tinggi Pangktan	38

2. Deskriptif Responden.....	39
3. Deskriptif Variabel Penelitian.....	41
4. Deskriptif Jawaban Responden Kualitas Produk	43
5. Deskriptif Jawaban Responden Harga	44
6. Deskriptif Jawaban Responden Cita Rasa.....	46
7. Deskriptif Jawaban Responden Tentang Minat Beli.....	47
B. Uji Outer Model (Model Pengukuran).....	48
C. Model Struktur (Inner Model).....	52
D. Pembahasan.....	57
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jadwal Penelitian.....	26
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian.....	28
Tabel 3.3	Tabel Instrumen Skala Likert (<i>Lkert Scale</i>)	31
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Tentang Digital Marketing	41
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk	43
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Tentang Harga	44
Tabel 4.7	Jawaban Responden Tentang Cita Rasa.....	46
Tabel 4.8	Jawaban Responden Tentang Minat Beli	47
Tabel 4.9	<i>Uji Outer Loding</i>	49
Tabel 4.10	Nilai <i>Validitas Diskriminan</i>	51
Tabel 4.11	Reliability Constrak.....	51
Tabel.4.12	Tabel R Square	52
Tabel 4.13	F Square.....	53
Tabel 4.14.	<i>Path Coefisien (Mean,STDEV,T-Statistic,P.Value)</i> Hasil P- value secara langsung	54
Tabel. 4.15	<i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Statistics, P-Value)</i> Hasil p-value secara tidak langsung.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	24
Gambar.4.1. <i>Outer Model</i>	48
Gambar 4.2 <i>Outer loading</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran : Kuesioner penelitian.....	73
Lampiran : Hasil Uji Outer Model	76
Lampiran : Tabulasi Data.....	78