

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN BERBASIS *INFORMATION*,
COMMUNICATION, *TECHNOLOGY* (ICT) DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM BAKSO PESONA**

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh
Dinda Novita Anggraeni
41183402180136



Strata I

Program Studi Manajemen

**UNIVERSITAS ISLAM 45
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI
2025**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN BERBASIS *INFORMATION*, *COMMUNICATION*, *TECHNOLOGY* (ICT) DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM BAKSO PESONA

Tanggal: 23 Juni 2025

Oleh

Dinda Novita Anggraeni

NPM : 41183402180136

Disetujui,

Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN BERBASIS *INFORMATION, COMMUNICATION, TECHNOLOGY* (ICT) DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM BAKSO PESONA

Tanggal : 25 Juni 2025

Oleh

Dinda Novita Anggraeni

NPM : 41183402180136

Diuji oleh,

Penguji I



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si

Penguji II



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Mengetahui,
Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Progam Studi Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dinda Novita Anggraeni
NPM : 41183402180136
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
E-mail : dindanovita994@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis *Information, Communication, Technology* (ICT) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Bakso Pesona” merupakan hasil karya orisinil saya sendiri. Rujukan penulisan sudah sesuai dengan teknik penulisan karya ilmiah yang berlaku umum.

Apabila di kemudian hari terbukti terdapat pelanggaran berupa plagiarisme atau bentuk penyimpangan lainnya, maka saya bersedia menerima segala bentuk konsekuensi dan sanksi sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan pertanggung jawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 25 Juni 2025



Dinda Novita Anggraeni

ABSTRAK

Dinda Novita Anggraeni (41183402180136)

Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis *Information, Communication, Technology* (ICT) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Bakso Pesona.

xiii + 100 halaman + 26 tabel + 1 gambar + 3 Grafik + 2025 + 13 lampiran

Kata Kunci: *ICT*, kualitas produk, keputusan pembelian, UMKM, strategi pemasaran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran berbasis *Information, Communication, Technology* (ICT) dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Bakso Pesona. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif. Data penelitiannya adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan konsumen dari UMKM Bakso Pesona dengan teknik *purposive sampling*.

Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien regresi pada variabel pemasaran *ICT* sebesar 0,216 dan variabel kualitas produk sebesar 0,463. Variabel pemasaran *ICT* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, hasil koefisien determinasi atau R Square kedua variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 64,3% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 35,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel dari penelitian ini.

Daftar Pustaka : 39 (2011-2025)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirohiim,

Assalamualaikum Wr Wb

Dengan memanjatkan syukur ke hadirat Allah Swt dan atas rahmat serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis *Information, Technology, Communication* (ICT) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Bakso Pesona”.

Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa kasih atas segala bantuan bimbingan dan saran kepada:

1. Ibu Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dalam proses pembuatan skripsi ini.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. penguji 1 dan Ibu Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M. penguji 2 selaku dosen penguji.
5. Kepada seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan semua staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
6. Ibu Suharni Umar selaku *owner* Bakso Pesona yang telah memberikan izin riset dan memberikan data untuk penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tua saya tercinta Ayah H. Samiaji dan Ibu Hj. Binti Improah yang selalu memberikan dorongan, motivasi, bantuan dan doa yang selalu dipanjatkan serta telah menjadi sumber kekuatan terbesar dalam penulis skripsi ini. Terimakasih atas segala kasih sayang, nasehat serta pengorbanan tanpa batas yang telah diberikan sejak awal hingga saat ini.

8. Kedua kakak saya tercinta Ahmad Fahrudin Saeroji dan Imron Amiruddin serta kakak ipar saya tercinta Ghaida Arnistiyanti, yang senantiasa memberikan doa tulus, motivasi, dan semangat yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk teman kelas C yaitu Niwayan terimakasih telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini dan teman seperjuangan skripsi saya yaitu Chiko, Lidya, Alfia terimakasih akan motivasi dan semangatnya untuk berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk sahabat- sahabat saya yaitu Sri, Eka, Rayyi, Lidya, Vira, Qori dan Adinda terimakasih atas dukungan dan kenangan selama ini.
11. Kepada temen-teman angkatan 2018 kelas C yang telah sama-sama berjuang dan terimakasih atas segala kenangan yang menyenangkan selama kita duduk bersama dalam jenjang perkuliahan.
12. Untuk diri sendiri, terima kasih sudah selalu berusaha semaksimal mungkin dan bertahan sejauh ini, terimakasih karena tidak menyerah dan selalu percaya pada diri sendiri, terimakasih untuk setiap hal pahit dan sulit yang telah dilalui.

Dengan keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang penulis miliki, penulisan menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan dan kelemahan, walaupun demikian penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk hasil yang optimal.

Dengan penyusunan skripsi ini penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamualaikum Wr Wb

Bekasi, 25 Juni 2025
Penulis,

Dinda Novita Anggraeni

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
1.4 Ruang Lingkup atau Batasan Masalah	11
1.5 Sistematika Pelaporan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Keputusan Pembelian (Y).....	14
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2 Faktor-faktor Keputusan Pembelian	14
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	15
2.2 Pemasaran <i>ICT</i> (X_1).....	15
2.2.1 Definisi Pemasaran <i>ICT</i>	15
2.2.2 Faktor-faktor Pemasaran <i>ICT</i>	16
2.2.3 Indikator <i>ICT</i>	16
2.3 Kualitas Produk (X_2)	17

2.3.1	Definisi Kualitas Produk.....	17
2.3.2	Faktor-Faktor Kualitas Produk	18
2.3.3	Indikator Kualitas Produk.....	19
2.4	Penelitian Terdahulu.....	20
2.5	Kerangka Pemikiran	24
2.6	Hipotesis Penelitian	25
2.6.1	Pengaruh <i>ICT</i> terhadap Keputusan Pembelian	25
2.6.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Metode Penelitian.....	27
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data	28
3.5	Jenis dan Sumber Data	30
3.6	Deskripsi Variabel Penelitian	31
3.7	Metode Analisis Data	33
3.7.1	Uji Validitas.....	33
3.7.2	Uji Reliabilitas	34
3.8	Uji Asumsi Klasik	34
3.8.1	Uji Normalitas.....	34
3.8.2	Uji Multikolinearitas	35
3.8.3	Uji Heterokedastisitas	35
3.8.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.8.5	Uji Hipotesis (T-test)	36
3.8.6	Uji Hipotesis (F-test).....	37
3.8.7	Koefisien Determinasi (R^2).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	38
4.1.1	Visi dan Misi.....	38
4.1.2	Deskripsi Data Penelitian.....	38

4.2	Profi Responden	39
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian	42
4.4	Hasil Pengolahan Data	46
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	47
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	50
4.4.3	Hasil Uji Hipotesis	54
4.5	Pembahasan	58
4.5.1	Pengaruh Pemasaran ICT terhadap Keputusan Pembelian	58
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		61
5.1	Simpulan	61
5.2	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		64
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pendapatan 2023-2024	2
Tabel 1.2 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian (Y)	4
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey Variabel Pemasaran <i>ICT</i> (X_1)	7
Tabel 1.4 Hasil Pra Survey Variabel Kualitas Produk (X_2).....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	29
Tabel 4.1 Distribusi Kuesioner.....	39
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	42
Tabel 4.6 Nilai Skala Likert	43
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Pemasaran <i>ICT</i>	44
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Pemasaran <i>ICT</i>	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	49
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	52
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4.16 Hasil Uji Glejser.....	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.18 Hasil Uji T	56
Tabel 4.19 Hasil Uji F	57
Tabel 4.20 Hasil Uji KoefisienDeterminasi (R^2).....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia / Juta Pengguna	6
--	---

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis <i>Information, Communication, Technology</i> (ICT) dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Bakso Pesona.....	24
---	----

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Normal Probability Plot	51
Grafik 4.2 <i>Scatterplot</i>	53

Lampiran 12 Hasil Uji Turnitin

DINDA NOVITA ANGGRAENI			
ORIGINALITY REPORT			
25%	13%	12%	9%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper		1%
2	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source		1%
3	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source		1%
4	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source		1%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source		1%
6	media.neliti.com Internet Source		1%
7	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper		1%
8	123dok.com Internet Source		1%
9	positori.usu.ac.id Internet Source		1%
10	repository.ub.ac.id Internet Source		1%
11	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		1%
12	docplayer.info Internet Source		1%