PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOMORO COFFEE DI KOTA BANJARMASIN

SKRIPSI

Putri Erika Amelia
190105010147

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
2026 / 1448 H

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TOMORO COFFEE DI KOTA BANJARMASIN

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Dalam Ilmu Ekonomi

Oleh
Putri Erika Amelia
190105010147

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2026 M/1448

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Putri Erika Amelia
NIM	: 190105010147
Tempat/Tanggal Lahir	: Banjarmasin / 31 Desember 2001
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Program Studi	: Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul:

"Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di kota Banjarmasin"

adalah benar-benar karya saya, kecuali kutipan yang disebut sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan hasil karya asli saya atau merupakan hasil plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 12 Juni 2026

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan



Putri Erika Amelia

BUKTI BEBAS PLAGIASI

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
Jalan A. Yani Km. 4.5 Banjarmasin 70235 Telepon (0511) 6777 955, e-mail: febimail@uin-antasari.ac.id/ febi.uinantasari@gmail.com, website: febi.uin-antasari.ac.id

PENETAPAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : B - 445/Un. 14/III.5/ES.S1/PP.00.9/06/2026

Memperhatikan surat permohonan Saudara (i) dan hasil Rapat Tim Pemeriksa Plagiasi Tugas Akhir/ Skripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, maka kami dapat memberikan Surat Keterangan Bebas Plagiasi skripsi atas nama Saudara (i):

Nama	:	Putri Erika Amelia
NIM	:	190105010147
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:	Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumsen Tomoro Coffe di Kota Banjarmasin

Dengan demikian, skripsi Saudara (i) dinyatakan:

BEBAS PLAGIASI
Dengan Persentase Indikasi Plagiat: 18%

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 23 Juni 2026
Ketua Jurusan

Muhammad Qamaruddin

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul	: Pengaruh Digital Marekting dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffe di Kota Barjarmasin
Ditulis oleh	: Putri Erika Amelia
N I M	: 190105010147
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program	: Strata Satu (S-1)
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Tahun Akademik	: 2025/2026
Tempat dan tanggal lahir	: Banjarmasin, 31 Desember 2001
Alamat	: Jl. Pemurus RT. 08 RW. 03

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 12 Juni 2026

Pembimbing I

Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag
NIP 196705011994031005

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin,

Muhammad Qamaruddin, SEI., ME.
NIP. 198903132019031012

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin" Ditulis oleh Putri Erika Amelia, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 22 Juli 2026

Dinyatakan LULUS dengan Predikat : A

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin

Dr. Zaki Mubarak, M.Si, M.Fin
NIP : 197710312002121002

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	
1.	Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag.		
2.	Dr. H. Rijalul Faqih, M.Si., M.E.I		2.
3.	Difi Dahliana, S.E.I., M.E.I.	3.	
4.	Annisa Mahfuzah, M.H.		4.

ABSTRAK

Putri Erika Amelia, 2026. *Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing. Dr. H. Nispan Rahmi, M. Ag.

Kata Kunci : Digital Marketing, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Fenomena budaya minum kopi telah bertransformasi menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat global. Konsumsi kopi tidak lagi sebatas pemenuhan kebutuhan fungsional untuk mengatasi ngantuk, tetapi telah berevolusi menjadi simbol status sosial, sarana interaksi, atau sekedar melepas penat. Kopi berhasil menyentuh semua lapisan usia. Anak muda maupun orang dewasa sama-sama menikmatinya. Aromanya yang harum, rasa yang khas, dan efek segar dari kafein menjadi daya tarik utama. Bahkan, kopi kini bukan sekadar minuman. Ia sudah menjadi simbol budaya dan kebiasaan sosial yang makin mengakar di masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : (1) Digital Marketing berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin, (2) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin, (3) Digital Marketing dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yakni pendekatan kuantitatif, dengan populasi yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti yaitu masyarakat Kota Banjarmasin yang mengonsumsi atau pernah membeli Tomoro Coffee. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 orang yang ditentukan dengan teknik purposive sampling, pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Pengolahan data menggunakan program komputer SPSS versi 27.0.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara simultan (1) Digital Marketing dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin. Secara parsial (2) Digital Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin, Sedangkan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

ABSTRACT

Putri Erika Amelia, 2026. *The Influence of Digital Marketing and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions at Tomoro Coffee in Banjarmasin City. Undergraduate Thesis, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business. Supervisor: Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag.*

***Keywords*:** *Digital Marketing, Product Quality, Purchase Decision*

The culture of coffee consumption has transformed into an inseparable part of the global lifestyle. Drinking coffee is no longer merely a functional activity to combat drowsiness; it has evolved into a symbol of social status, a medium for social interaction, and a way to relax and unwind. Coffee appeals to people of all age groups, from young adults to older generations. Its rich aroma, distinctive flavor, and the stimulating effects of caffeine are among its main attractions. Today, coffee is more than just a beverage. it has become a cultural symbol and a deeply rooted social habit in communities around the world.

This study aims to examine and analyze: (1) the effect of Digital Marketing on consumer purchase decisions of Tomoro Coffee in Banjarmasin, (2) the effect of Product Quality on consumer purchase decisions of Tomoro Coffee in Banjarmasin, and (3) the simultaneous effect of Digital Marketing and Product Quality on consumer purchase decisions of Tomoro Coffee in Banjarmasin.

This study employs a quantitative approach, focusing on a population of unknown exact size: residents of Banjarmasin City who have consumed or purchased Tomoro Coffee. A sample of 96 individuals was selected using purposive sampling, and data were collected via questionnaires utilizing a Likert scale. Data processing was conducted using SPSS software version 27.0.

The findings of this study prove that Simultaneously : (1) Digital Marketing and Product Quality have a positive and significant effect on consumer purchase decisions of Tomoro Coffee in Banjarmasin. That partially: (2) Digital Marketing has a positive and significant effect on consumer purchase decisions of Tomoro Coffee in Banjarmasin, and Product Quality has a positive and significant effect on consumer purchase decisions of Tomoro Coffee in Banjarmasin. This study is expected to serve as a reference for companies in developing more effective marketing strategies.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ ٱللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah swt. Atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya proposal penelitian ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada Nabi Besar Muhammad saw. Keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersykur telah menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul "Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin", sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

peneliti menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Zaki Mubarak, SE., M.Si., M.Fin., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin
2. Bapak Muhammad Qamaruddin, M.E & Bapak Muhammad Syafi'i, M. Ag, selaku ketua dan sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

3. Bapak Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag selaku Dosen Pembimbing akademik yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama menyelesaikan proposal skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Keluarga saya ibu dan bapak, terimakasih atas doa, cinta dan dukungannya yang tidak pernah habisnya, kasih sayangnya tak pernah saya lupakan. Semoga Allah SWT membalas segala bentuk kebaikan untuk kita semua.

Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah swt. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan ekonomi dan bisnis islam, Aamiin Yaa Rabbal ‘Alamin

Banjarmasin, 12 Juni 2026

Putri Erika Amelia

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melaikan sesuai dengan kesanggupannya."

(Q.S Al-baqarah: 186)

"*Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engka berharap*."

(Q.S Al-Insyirah, 6-8)

"Don't be so hard on yourself, it's your first time living"

- Cheers To Youth, Seventeen

"You can't be good at everything. But that doesn't mean that you can't do anything"

- Jeon Wonwoo, 2023

"*Live like a flowing water, but live earnestly"*

- Yoon Jeonghan

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Standar transliterasi yang digunakan adalah pedoman transliterasi yang berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	B	be
ت	ta’	T	te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	er
ز	zai	Z	zet
س	sin	S	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	gain	G	ge

II. Kosonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متكبّر	Ditulis	*Mutakabbir*
القدوس	Ditulis	*al-qudūs*

III. Ta'marbutah di akhir kata

a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	*jāmi'ah*
مكتبة	Ditulis	*Maktabah*

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat , zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	ditulis	*al-maktabah al-jamilah*

IV. Vokal pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	a
◌ِ	Kasrah	Ditulis	i
◌ُ	Dammah	Ditulis	u
شكر	Fathah	Ditulis	syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	quri'a
ينطق	Dammah	Ditulis	yanṭiqu

V. Vokal panjang

1	fathah + alif كاملة	ditulis ditulis	*ā* *kāmilah*
2	fathah + ya mati صلى	ditulis ditulis	*ā* *ṣallā*
3	kasrah + ya mati شديد	ditulis ditulis	*I* *syadid*
4	dammah + wawu mati صدور	ditulis ditulis	*ū* *ṣudūr*

VI. Vokal rangkap

1	fathah + ya mati رويد	ditulis ditulis	Ai *ruwaidun*
2	fathah + wawu mati وفرعون ذي الأوتاد	ditulis ditulis	Au *wa fir'auna żi al-autād*

VII. Vokal pendek yang berututan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم أشد خلقا	Ditulis	*a'antum asyaddu khalqan*

VIII. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	ditulis	*al-Qur'ān*
الكتاب	ditulis	*al-kitāb*

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan di*idgamkan*

الصبح	ditulis	*aṣ-ṣubḥu*
الساهرة	ditulis	*as-sāhirah*

IX. Penulisan Kata-kata Dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	*birru al-wālidaini*
إذا الشمس	Ditulis	*Iża asy-syamsu*

DAFTAR ISI

SKRIPSI ..... **i**
Halaman Sampul ..... **i**
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN ..... **ii**
BUKTI BEBAS PLAGIASI ..... **iii**
PERSETUJUAN ..... **iv**
PENGESAHAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
ABSTRACT ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
MOTTO ..... **x**
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN ..... **xi**
DAFTAR ISI ..... **xv**
DAFTAR TABEL ..... **xvii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Signifikansi Penelitian 8
E. Variabel Penelitian 9
F. Kajian Penelitian Terdahulu 9
G. Sistematika Penulisan 12
BAB II LANDASAN TEORI **14**
A. Kajian Teori 14
1. Keputusan Pembelian 14
2. Digital Marketing 17
3. Kualitas Produk 22
B. Kerangka Pikir 27
C. Hipotesis Penelitian 28
BAB III METODE PENELITIAN **29**
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian 29

B. Lokasi Penelitian 30
C. Populasi dan Sampel Penelitian 30
1. Populasi 30
2. Sampel 31
D. Teknik Pengambilan Sampel 31
E. Data dan Sumber Data 32
F. Variabel dan Indikator 33
G. Teknik Pengumpulan Data Kuesioner 35
H. Teknik Analisis Data 36
I. Tahapan Penelitian 44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 45
A. Hasil Penelitian 45
1. Karakteristik Responden 45
2. Deskripsi Data Penelitian 47
3. Uji Kualitas Data 50
4. Uji Asumsi Klasik 52
5. Uji Hipotesis 57
B. Hasil Pembahasan 61
1. Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan 62
2. Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara parsial 63
BAB V PENUTUP 67
A. Kesimpulan 67
B. Saran 68
DAFTAR PUSTAKA 69
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu 9
Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Indikator Variabel 34
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert 35
Tabel 4. 1 Hasil Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 45
Tabel 4. 2 Hasil Uji Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 46
Tabel 4. 3 Hasil Uji Karakterisitik Responden Berdasarkan Pekerjaan 46
Tabel 4. 4 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Kuesioner Digital Marketing 47
Tabel 4. 5 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Kuesioner Kualitas Produk (X2) 48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Kuesioner Keputusan Pembelian (Y) 49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian 51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian 52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas Menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov 53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas 53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastitas 55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda 56
Tabel 4. 13 Hasil Uji T (Parsial) 58
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan) 60
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi 61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gerai Tomoro Coffe 4
Gambar 2. 1 Kerangka Teori.....28