

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PERUMAHAN SUBSIDI IRONWOOD**

SKRIPSI

OLEH :

NANIPATRISIA NABABAN

NPM : 2202020052



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS QUALITY**

MEDAN

2026

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA PERUMAHAN SUBSIDI IRONWOOD**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality

OLEH :

NANIPATRISIA NABABAN

NPM : 2202020052



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS QUALITY**

MEDAN

2026

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nani Patrisia Nababan

NPM : 2202020052

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Sosial dan Hukum Universitas Quality

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul **“Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Subsidi Ironwood”** merupakan asli hasil karya penelitian, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh penelitian lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Jika skripsi ini terbukti merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya tulis lain dan atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka peneliti bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan skripsi dan pencabutan gelar yang peneliti peroleh sebagai hasil ujin akhir studi atas skripsi ini.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat sebagai pertanggung jawaban ilmiah tanpa adanya unsur paksaan maupun tekanan dari pihak manapun juga.

Medan, Maret 2026

Yang Menyatakan



Nani Patrisia Nababan

NPM : 2202020052

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Digital marketing terhadap minat beli konsumen pada perumahan subsidi ironwood
Nama : NANI PATRISIA NABABAN
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : SOSIAL DAN HUKUM

Medan, 10 March 2026

Menyetujui
Tim Pembimbing

Pembimbing Utama



Maria Kristina Situmorang SE.,M.Si
NIP.0107018804

Pembimbing Pendamping



Conie Nopinda Br Sitepu, SE.,M.Si
NIP.0112049001

Ketua Program Studi
Universitas Quality



Rikawati Ginting Munthe SE.,M.Si
NIP.0114028003

Dekan Soshum
Universitas Quality



Vina Maria Ompusunggu S.Sos., MSP
NIP.0107038901

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Dengan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Subsidi Ironwood”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak dan Ibu dosen serta semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan arahan sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Dedi Holden Simbolon, S.Si., M.Pd Selaku Rektor Universitas Quality.
2. Ibu Rita Herlina Br. Perangin-angin S.Pd., M.Pd Selaku Wakil Rektor Universitas Quality.
3. Ibu Vina Maria Ompusungu, S.Sos., MSP Selaku Dekan Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality.
4. Ibu Rikawati Ginting Munthe S.E., M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial dan Hukum Universitas Quality.
5. Ibu Maria Kristina Situmorang, SE., M.Si Selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah menyediakan waktu dan tenaga untuk memberi bimbingan, pengarahan, perhatian serta masukan yang sangat berguna kepada penulis selama penulisan skripsi ini.
6. Ibu Conie Nopinda Br Sitepu, SE.,M.Si Selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan tenaga serta bimbingan, perhatian dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga tersusun dengan baik dan benar.

7. Bapak dan Ibu dosen/staff pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Quality.
8. Perumahan Subsidi Ironwood yang telah memberi kesempatan untuk melakukan penelitian dan membantu penelitian sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Terkhusus penulis berterima kasih kepada diri sendiri yang telah kuat, sabar, dan berdedikasi tinggi dalam menghadapi segala tantangan selama proses studi ini untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen.
10. Teristimewa Orang tua Penulis Bapak M. Nababan dan Ibu D. Parhusip dengan rasa hormat, penulis mengucapkan terima kasih atas doa, dukungan, pengorbanan, materi, nasehat dan tenaga yang diberikan selama penulis hidup.
11. Abang penulis Juirihan Doni Nababan penulis mengucapkan terima kasih atas materi, dukungan dan bantuan dalam pengerjaan skripsi.
12. Adik adik penulis Tanti Nababan, Gresia Aulia Nababan dan Kenzo Dani Nababan penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan bantuan dalam pengerjaan skripsi.
13. Keluarga besar Resimen Mahasiswa Universitas Quality dan NBP 23 yang telah menyemangati, mendoakan serta dukungan dalam pengerjaan skripsi.
14. Sahabat penulis Lena Serasianta Br Gurusinga Frisna Kristiani Damanik dan Desi Kumalasari Br Tarigan yang telah membantu penulis, saling berbagi ilmu, menyemangati, dukungan dan berjuang bersama sama, dari semester 1 sampai dengan sekarang.
15. Adik angkat penulis Denny Alvito Hutabarat dan Diva Sianturi yang telah menghibur, menemani dan membantu penulis dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari

pembaca untuk membangun demi kesempurnaan lainnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan dari awal sampai akhir penyusunan skripsi.

Medan, Februari 2026

Penulis,

Nani Patrisia Nababan

NPM: 2202020052



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kerangka Teoritis.....	9
2.1.1 Pengertian Digital	9
2.1.2 Pengertian <i>Marketing</i> (Pemasaran).....	10
2.1.3 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	11
2.1.4 Faktor-faktor <i>Digital Marketing</i>	14
2.1.5 Jenis-jenis <i>Digital Marketing</i>	15
2.1.6 Indikator <i>Digital Marketing</i>	16
2.1.7 Minat Beli Konsumen.....	17
2.1.8 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	19
2.1.9 Indikator Minat Beli	19
2.1.10 Perumahan Subsidi	20
2.1.11 Karakteristik Perumahan Subsidi.....	21
2.1.12 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Beli Konsumen .	23
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Berpikir.....	27

2.4 Definisi Operasional	28
2.5 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Tempat dan Waktu	31
3.1.1 Tempat.....	31
3.1.2 Waktu	31
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Jenis Penelitian	33
3.4 Instrumen Penelitian	33
3.5 Analisis Data	34
3.5.1 Uji Validitas.....	35
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	35
3.5.3 Uji Normalitas	36
3.5.4 Uji Heteroskedastisitas	36
3.5.5 Uji Linieritas.....	37
3.6 Analisis Regresi Sederhana.....	37
3.7 Uji Hipotesis	38
3.7.1 Uji Parsial (Uji t)	38
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Profil PT. Sinergy Membangu Peradaban	40
4.1.1 Sejarah PT. Sinergy Membangun Peradaban	40
4.1.2 Sejarah PerumahanSubsidi Ironwood	41
4.1.3 Karakteristik Perumahan Subsidi Ironwood.....	41
4.1.3.1 Ukuran Perumahan Subsidi Ironwood.....	41
4.1.3.2 Fasilitas Perumahan Subsidi Ironwood	42
4.1.3.3 Syarat dan Data Data Membeli Perumahan Subsidi Ironwood	42
4.1.3.4 <i>Digital Marketing</i> yang digunakan Perumahan Subsidi	

Ironwood	43
4.1.4 Hasil Penelitian	44
4.1.4.1 Analisis Deskriptif Responden	44
4.1.4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	44
4.1.4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.1.4.2 Analisis Deskriptif Variabel	45
4.1.4.2.1 Deskripsi Variabel <i>Digital Marketing</i> (X).....	45
4.1.4.2.2 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y)	50
4.1.4.3 Hasil Analisis Data	55
4.1.4.3.1 Uji Validitas	55
4.1.4.3.2 Uji Reliabilitas	56
4.1.4.4 Uji Asumsi Klasik	57
4.1.4.4.1 Uji Normalitas	57
4.1.4.4.2 Uji Heteroskedasitas	60
4.1.4.4.2 Uji Linearitas	61
4.1.4.4.4 Uji Parsial (Uji t)	62
4.1.4.4.5 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	64
4.1.4.5 Analisis Regresi Sederhana	65
4.1.4.6 Pembahasan.....	67
4.1.4.6.1 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perumahan Subsidi Ironwood.....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.....	24
2.2 Definisi Operasional.....	28
3.1 Rencana dan Waktu Penelitian	31
3.2 Konsumen Perumahan Subsidi Ironwood	32
3.3 Tingkat Reliabilitas.....	36
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis-Kelamin.....	44
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.4 Hasil Jawaban Responden <i>Digital Marketing</i> (X).....	45
4.5 Hasil Jawaban Responden Minat Beli (Y).....	50
4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Digital Marketing</i> (X)	55
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y).....	56
4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Digital Marketing</i> (X)	57
4.9 Hasil Uji Reliabilitas variabel Minat Beli (Y).....	57
4.10 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	59
4.11 Hasil Uji Linearitas (<i>Anova Table</i>).....	62
4.12 Hasil Uji t	63
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	64
4.14 Analisis Regresi Sederhana.....	65

DAFTAR GAMBAR

2.1 Faktor Faktor <i>Digital Marketing</i>	14
2.2 Jenis Jenis <i>Digital Marketing</i>	16
2.3 Indikator Minat Beli	20
2.4 Kerangka Berpikir	28
4.1 Struktur Manaagement Organization.....	40
4.2 <i>Histogram</i>	58
4.3 <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	58
4.4 <i>Scatterplot</i>	61

