

**PENGARUH PROMOSI DI MEDIA SOSIAL DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KEDAI
AYAM DJOEPREK**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Adinda Amelia Sari Nata Dawud
NPM : 18130210277
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM KADIRI
FAKULTAS EKONOMI
KEDIRI
2022**

Judul Penelitian : Pengaruh Promosi di Media Sosial dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Ayam Djoeprek.

Oleh :

Dosen Pembimbing : Dr. Sonny Subroto Maheri.L,M.Si

: Beny Mahyudi Saputra, S.E.,M.M

Nama Mahasiswa : Adinda Amelia Sari Nata Dawud

NPM : 18130210277

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Promosi di Media Sosial dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Ayam Djoeprek. Jenis Penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Sampel dari penelitian ini 98 orang pembeli di Kedai Ayam Djoeprek dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan *sampling insidental* dimana penulis akan memilih siapa saja secara tidak terduga atau kebetulan pelanggan yang datang di Kedai Ayam Djoeprek. Hasil penelitian variabel Promosi di Media Sosial, *Word of Mouth* mempunyai pengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian. Ditunjukkan dengan nilai F_{Hitung} sebesar 40.417 dan F_{Tabel} sebesar 3.09 dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Promosi di Media Sosial dan *Word of Mouth* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Promosi di Media Sosial, *Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Skripsi	i
Pernyataan Bebas Plagiarisme	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Abstraksi.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II : LANDASAN TEORI	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka	13
2.2.1 Pengertian Manajemen	13
2.2.1.1 Manajemen Sumber Daya Manusia	13
2.2.1.2 Manajemen Operasional.....	13
2.2.1.3 Manajemen Keuangan	14
2.2.1.4 Manajemen Pemasaran	14
2.2.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	14

2.2.2.1 Produk (<i>Product</i>).....	14
2.2.2.2 Harga (<i>Price</i>).....	15
2.2.2.3 Tempat (<i>Place</i>).....	15
2.2.2.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	15
2.2.3 Pengertian Pemasaran.....	15
2.2.4 Pemasaran Jasa	17
2.2.5 Promosi Media Sosial.....	18
2.2.5.1 Periklanan melalui Media Sosial	19
2.2.5.2 Pemasaran melalui Media Sosial	19
2.2.6 Dimensi Promosi Media Sosial	20
2.2.7 <i>Word of Mouth</i>	21
2.2.7.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i>	21
2.2.7.2 Dimensi <i>Word of Mouth</i>	24
2.2.8 Keputusan Pembelian	26
2.2.8.1 Pengertian Keputusan Pembelian	26
2.2.8.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	27
2.3 Teori Hubungan antar Variabel	
2.3.1 Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian	
2.3.2 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4 Kerangka Teoritik.....	30
2.5 Hipotesis	31
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	33
3.2 Jenis Penelitian.....	33
3.3 Lokasi Penelitian	33

3.4 Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Sampel.....	34
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.5.1 <i>Nonprobability Sampling</i>	34
3.5.2 <i>Sampling Insidental</i>	35
3.6 Penentuan Jumlah Sampel.....	35
3.7 Data dan Teknik Pengumpulannya	35
3.7.1 Jenis Data	35
3.7.1.2 Data Primer	35
3.7.1.3 Data Sekunder	36
3.7.1 Teknik Pengumpulannya.....	36
3.7.1.1 Survei / Observasi.....	36
3.7.1.2 Wawancara.....	36
3.7.1.3 Kuesioner / Angket.....	36
3.7.1.4 Pustaka / Literatur	38
3.8 Identifikasi Variabel	38
3.8.1 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	38
3.8.2 Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	38
3.9 Definisi Operasional Variabel	38
3.10 Teknik Analisis Data.....	40
3.10.1 Uji Validitas.....	40
3.10.2 Uji Reabilitas	41
3.10.3 Uji Asumsi Klasik	41
3.10.3.1 Uji Normalitas	41

3.10.3.2 Uji Linieritas	42
3.10.3.3 Uji Multikolinieritas	42
3.10.3.4 Uji Heterokedastisitas	42
3.10.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
3.10.5 Uji Hipotesis	44
3.10.5.1 Uji Signifikan Parsial (Uji T)	44
3.10.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	44
3.10.5.3 Koefesien Determinasi (<i>R-Square</i>)	45
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	46
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	47
4.1.3 Struktur Organisasi.....	48
4.2 Pembahasan dan Intrepetasi Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Karakteristik Responden.....	49
4.2.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.2.1.2 Responden Berdasarkan Usia	50
4.2.1.3 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	51
4.2.2 Distribusi Frekuensi	52
4.2.2.1 Sebaran Hasil Kuesioner Media Sosial	52
4.2.2.2 Sebaran Hasil Kuesioner <i>Word of Mouth</i>	55
4.2.2.3 Sebaran Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian	58
4.2.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	61
4.2.3.1 Uji Validitas	62
4.2.3.2 Uji Reliabilitas.....	63

4.2.3.3 Uji Asumsi Klasik	63
4.2.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.2.3.5 Uji Hipotesis	66
4.2.4 Intepretasi Hasil	68
BAB V : PENUTUP.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	69
5.2.1 Bagi Operasional.....	69
5.2.2 Bagi Akademik	70
DAFTAR PUSTAKA	71
Lampiran	73

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 3.2 Definisi Operational Variabel	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	51
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel Media Sosial (X1).....	52
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Word of Mouth</i> (X2)	55
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	66

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Teoritik.....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	65

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 2 Tabel Tabulasi	77
Lampiran 3 Karakteristik Responden	84
Lampiran 4 Distribusi Frekuensi X1	85
Lampiran 5 Distribusi Frekuensi X2	87
Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Y	89
Lampiran 7 Uji Validitas	91
Lampiran 8 Uji Reliabilitas.....	94
Lampiran 9 Uji Normalitas	95
Lampiran 10 Uji Linieritas.....	95
Lampiran 11 Multikolinieritas	96
Lampiran 12 Heterokedastisitas	96
Lampiran 13 Analisis Regresi Linier Berganda.....	97
Lampiran 14 Dokumentasi.....	98
Lampiran 15 Surat Bukti Penelitian.....	99