

Judul Penelitian : Pengaruh *social Media Marketing*, *Service Quality*, dan *Price* Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada Asnamedia Production

Dosen Pembimbing I : Dr. Ujang Syahrul M.,S.S.,S.E.,M.Si

Dosen Pembimbing II : Edy Murdiyanto, S.H.,MM

Nama Mahasiswa : Fany Kurniawan

NPM : 18130210362

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing*, *service quality*, dan *price* terhadap keputusan pengguna jasa pada Asnamedia Production. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada pengguna jasa di Asnamedia Production. Teknik analisis data yang digunakan antara lain Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi R². Pada Uji Validitas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan (X_1 , X_2 , X_3 dan Y) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga masing-masing variabel dinyatakan valid. Kemudian pada Uji Reliabilitas masing-masing variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Aplha Cronbach's* $> 0,60$. Kemudian pada Uji t diketahui bahwa variabel *social media marketing* (X_1), *service quality* (X_2), dan *price* (X_3) memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga ketiga variabel tersebut secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna jasa. Lalu pada Uji F menunjukkan bahwa hasil nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa *social media marketing*, *service quality*, dan *price* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pengguna jasa pada Asnamedia Production Blitar.

Kata Kunci : *Social Media Marketing*, *Service Quality*, *Price*, Keputusan Pengguna Jasa

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIRISME	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	5
1.3 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Tinjauan dan Kajian Pustaka.....	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.2 <i>Social Media Marketing</i>	25
2.2.3 Service Quality.....	32
2.2.4 Price	41
2.2.5 Keputusan Pengguna Jasa.....	50
2.3 Teori Hubungan Antar Variabel.....	57
2.3.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa.....	57
2.3.2 Pengaruh Service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa	58

2.3.3	Pengaruh Price Terhadap Keputusan Pengguna Jasa.....	59
2.3.4	Pengaruh Social Media Marketing, Service Quality, Dan Price Terhadap Keputusan Pengguna Jasa	60
2.4	Kerangka Teoritik	62
2.5	Hipotesis	63
2.5.1	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada Asnamedia Blitar	63
2.5.2	Pengaruh Service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada Asnamedia Blitar.....	64
2.5.3	Pengaruh Price Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada Asnamedia Blitar	65
2.5.4	Pengaruh Social Media Marketing, Service Quality, Dan Price Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada Asnamedia Blitar.....	67
BAB III METODE PENELITIAN		70
3.1	Ruang Lingkup Penelitian	70
3.2	Jenis Penelitian.....	71
3.3	Lokasi Penelitian.....	71
3.4	Populasi dan Sampel.....	72
3.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	73
3.6	Penentuan Jumlah Sampel	73
3.7	Data dan Teknik Pengumpulannya	74
3.7.1	Sumber Data.....	74
3.7.2	Teknik Pengumpulan Data	75
3.8	Identifikasi Variabel	76
3.8.1	Variabel Bebas (Independen Variable)	76
3.8.2	Variabel Terikat (Dependen Variable).....	77
3.9	Definisi Operasional Variabel	77

3.10 Teknik Analisis	85
3.10.1 Uji Validitas.....	85
3.10.2 Uji Reliabilitas	85
3.10.3 Uji Asumsi Klasik.....	86
3.10.4 Analisis Regresi Linier Berganda	87
3.10.5 Uji t (Uji Parsial)	88
3.10.6 Uji F (Uji Stimulan).....	88
3.10.7 Uji Koefisien Determinasi R ²	88
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	89
4.1 Hasil Penelitian	89
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	89
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	96
4.1.3 Hasil Analisis Statistik	120
4.2 Interpretasi Hasil Penelitian.....	135
4.2.1 Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Asnamedia Production	135
4.2.2 Pengaruh Service Quality Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Asnamedia Production	136
4.2.3 Pengaruh Price Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Asnamedia Production	138
4.2.4 Pengaruh Social Media Marketing, Service Quality, dan Price Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Asnamedia Production	139
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	141
5.1 Kesimpulan.....	141
5.2 Saran.....	141
5.2.1 Saran Operasional	141
5.2.2 Saran Akademik	142
DAFTAR PUSTAKA	143
LAMPIRAN.....	147

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	78
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	97
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	98
Tabel 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	99
Tabel 4.4	Skala Mean.....	100
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Social Media Marketing.....	101
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Service Quality	106
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Price.....	111
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pengguna Jasa	116
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	120
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	123
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas	126
Tabel 4.12	Hasil Uji Linieritas	128
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	130
Tabel 4.14	Hasil Uji t	131
Tabel 4.15	Hasil Uji F	133
Tabel 4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritik	62
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Asnamedia	91
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	125
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	129

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	148
Lampiran 2	Tabulasi Kategori Responden	159
Lampiran 3	Tabulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Social Media Marketing.....	168
Lampiran 4	Tabulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Service Quality.....	172
Lampiran 5	Tabulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Price.....	176
Lampiran 6	Tabulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pengguna Jasa.....	179
Lampiran 7	Distribusi Frekuensi Kategori Responden.....	182
Lampiran 8	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Social Media Marketing	184
Lampiran 9	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Service Quality	188
Lampiran 10	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Price.....	192
Lampiran 11	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pengguna Jasa	195
Lampiran 12	Uji Validitas Social Media Marketing	199
Lampiran 13	Uji Validitas Service Quality	203
Lampiran 14	Uji Validitas Price.....	207
Lampiran 15	Uji Validitas Keputusan Pengguna Jasa	210
Lampiran 16	Uji Reliabilitas.....	213
Lampiran 17	Uji Asumsi Klasik.....	215
Lampiran 18	Analisis Regresi Linier Berganda.....	219
Lampiran 19	Uji Hipotesis	220
Lampiran 20	Uji Koefisien Determinasi R ²	222

Lampiran 21	Surat Balasan Penelitian.....	223
Lampiran 22	Dokumentasi Penelitian	225