

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN  
(Studi Pada *Online Shop TRIPLAY.ID*)**

**SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan*

*Dalam Memperoleh Gelar*

*Sarjana Ekonomi*



Oleh:

Dikky Saputro Margono

K.2016.1.33756

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)  
MALANGKUÇWARA MALANG**

**2020**

## SKRIPSI

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Oleh :

DIRKY SAPUTRO MARGONO

K.2016.1.33756

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

16 September 2020 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

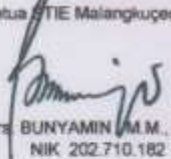
Dosen Pembimbing

ttd

DIDIK PRIYO SUGIHARTO, SE, MM

Mengetahui,

Ketua FIE Malangkuçeqwera

  
Drs. BUNYAMIN M.M., Ph.D. 7  
NIK 202.710.182

### PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 16 - September - 2020

Dikky Saputro Margono



NPK: K.2016.1.33756

# SURAT KETERANGAN RISET

## TRIPLAY INDONESIA

Alamat: Jl. Budi Utomo no 22, Mulyorejo, Kec Sukun, Kota Malang.  
Telepon: 089 7777 2020 | 0838 77777 550

---

### SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dikky Saputro Margono  
Jabatan : Owner (Pemilik)

Dengan ini menerangkan bahwa, yang disebut dibawah ini:

Nama : Dikky Saputro Margono  
NPK : K.2016.1.33756  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : STIE Malangkecewara

Adalah benar telah melakukan Riset / Penelitian pada Online Shop Triplay Indonesia yang terhitung sejak 30 Maret 2020 sampai dengan 03 Agustus 2020

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 24 Agustus 2020

  
  
Dikky Saputro Margono  
Owner (Pemilik)

## **Ucapan Terima Kasih**

Segala puji syukur bagi Tuhan Yesus Kristus sebab oleh kasih karunia-Nya dan berkat-Nya yang tidak berkesudahan akhirnya saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul: “Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di STIE Malangkuçeçwara Malang.

Saya menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, maka pada kesempatan kali ini, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas limpahan rahmat, hikmat dan berkat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada orang tua saya, Ibu Suparti Ningsih yang senantiasa mendampingi serta menyemangati saya.
3. Bapak Drs. Bunyamin MM, Ph D selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STIE M Malangkuçeçwara Malang.
4. Ibu Fera Tjahjani, SE, Ak, MM, CA selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan waktu, motivasi, saran, dan kritik demi keberhasilan skripsi saya.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan bekal ilmu selama saya berkuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malangkuçeçwara Malang.
6. Nahwan Azha, Inoagasi, Windy Putra, Komarus Zeman, Fachry Dwi, Adi Prabowo, Dinda Surya Kartika dan Aditya Rizqy teman terbaik saya yang senantiasa menghaturkan doa dan semangat tanpa batas kepada saya
7. Syska Leedyanti yang membantu saya selama proses pembuatan skripsi ini.

Malang, 16 September 2020

## ABSTRAK

Pada zaman modern saat ini, teknologi sudah sangat canggih dan telah menciptakan era digital yang menyebabkan manusia menjadi ketergantungan terhadap teknologi, salah satunya yaitu dalam penggunaan internet. Dengan semakin banyaknya pengguna internet, para pebisnis dapat memanfaatkan *social media* seperti Instagram dan Youtube untuk memasarkan produk atau jasanya. Selain strategi *digital marketing* yang dilakukan melalui *social media*, kualitas pelayanan juga perlu diperhatikan oleh perusahaan maupun pebisnis dalam menarik minat konsumennya.

Secara Umum, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *social media marketing* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen TRIPLAY.ID. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui google form kepada 100 responden, dimana responden tersebut adalah pelanggan dari online shop TRIPLAY.ID. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan dalam uji F regresi yang dilakukan ditemukan bahwa variabel yang meliputi *social media marketing* dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen secara simultan. Sedangkan dari hasil uji T yang dilakukan, variabel *social media marketing* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*In today's modern times, technology is very sophisticated and has created a digital era that causes humans to become dependent on technology, one of which is the use of the internet. With the increasing number of internet users, business people can take advantage of social media such as Instagram and Youtube to market their products or services. In addition to the digital marketing strategy carried out through social media, the quality of service also needs to be considered by companies and business people in attracting consumer interest.*

*In general, this study aims to determine the effect of social media marketing and service quality on TRIPLAY.ID consumer purchasing decisions. This research was conducted using quantitative methods by distributing questionnaires online via google form to 100 respondents, where the respondents were customers of the TRIPLAY.ID online shop. The sampling technique used simple random sampling. The data analysis method used is multiple linear regression analysis.*

*The results showed that in the F regression test conducted, it was found that variables including social media marketing and service quality had an effect on consumer purchasing decisions simultaneously. Meanwhile, from the results of the T test conducted, social media marketing variables have a partial effect on consumer purchasing decisions and service quality variables have a partial effect on consumer purchasing decisions.*

*Keywords: Social Media Marketing, Service Quality, Purchasing Decisions.*

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	
Lembar Orisinalitas.....	i
Lembar Keterangan Riset.....	ii
Lembar Riwayat Hidup .....	iii
Ucapan Terima Kasih .....	iv
Abstrak .....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	x
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Lampiran.....	xii

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pengertian Social Media Marketing .....	5
2.1.2 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	7
2.1.3 Pengertian Keputusan Pembelian .....	9
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	12
2.3 Model Konseptual Penelitian.....	16
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	17

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian.....	20
---------------------------	----



3.2 Populasi dan Sampel .....	20
3.3 Variabel Operasional dan Pengukuran .....	21
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5 Metode Analisis Data .....	23
3.5.1 Uji Statistik Deskriptif .....	23
3.5.2 Uji Instrumen Penelitian .....	24
3.5.2.1 Uji Validitas.....	24
3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	24
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	25
3.5.3.1 Uji Normalitas .....	25
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas .....	25
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	26
3.5.4 Pengujian Model Regresi Linier Berganda .....	27
3.5.5 Uji Hipotesis.....	28
3.5.5.1 Uji t ( Parsial) .....	28
3.5.5.2 Uji F (Simultan) .....	28

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	29
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	31
4.3 Uji Instrumen Penelitian .....	36
4.3.1 Uji Validitas .....	36
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	38
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	39
4.4.1 Uji Normalitas .....	39
4.4.2 Uji Multikolinieritas .....	41
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	42
4.5 Uji Model dan Hipotesis.....	44
4.5.1 Analisis Data .....	44
4.5.2 Pengujian Model.....	46
4.5.3 Pengujian Hipotesis .....	47

4.5.3.1 Uji t (Parsial).....	47
4.5.3.2 Uji F (Simultan) .....	48
4.6 Pembahasan .....	49

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	53
5.2 Kontribusi Penelitian .....	54
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	54
5.4 Saran-saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	59

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	12
Tabel 4.1	Distribusi Frekuensi <i>Social Media Marketing</i>	31
Tabel 4.2	Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan	33
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian	34
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas <i>Social Media Marketing</i>	36
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	37
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	38
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Konseptual Penelitian	16
Gambar 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Gambar 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	30
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas dengan P Plot	40
Gambar 4.4	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	41
Gambar 4.5	Hasil Uji Multikolinieritas	42
Gambar 4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot	43
Gambar 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	44
Gambar 4.8	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	45
Gambar 4.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi	46
Gambar 4.10	Hasil Uji T	47
Gambar 4.11	Hasil Uji F	48

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner	59
2. Hasil Analisis SPSS 22 Uji Validitas	64
3. Hasil Analisis SPSS 22 Uji Reliabilitas	66
4. Hasil Analisis SPSS 22 Uji Normalitas	67
5. Hasil Analisis SPSS 22 Uji Multikolinieritas	67
6. Hasil Analisis SPSS 22 Uji Heteroskedastisitas	68
7. Hasil Analisis SPSS 22 Regresi Linier Berganda	68
8. Hasil Analisis SPSS 22 Uji t	69
9. Hasil Analisis SPSS 22 Uji F	69