

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *ADVERTISING* WESTCOAST COFFEE
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *ELECTRONIC WORD
OF MOUTH* (e-WOM)**

(Studi Kasus Masyarakat Tulungagung)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

dalam Memperoleh Gelar Sarjana Management



Disusun Oleh:

ANDRE ANJASMARA

Nomor Pokok : K.2018.1.34577
Jurusan : Management
Program Studi : Marketing Management

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUÇWARA MALANG**

2022

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *ADVERTISING* WESTCOAST COFFEE
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MELALUI *ELECTRONIC WORD
OF MOUTH* (e-WOM)**

(Studi Kasus Masyarakat Tulungagung)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan

dalam Memperoleh Gelar Sarjana Management



Disusun Oleh:

ANDRE ANJASMARA

K.2018.1.34577

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUÇEWARA MALANG**

2022

SKRIPSI

PENGARUH MEDIA SOSIAL ADVERTISING WESTCOAST COFFE TERHADAP PURCHASE INTENTION
MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) (STUDI KASUS MASYARAKAT KABUPATEN
TULUNGAGUNG)

Oleh:
ANDRE ANJASMARA
K.2018.1.34577

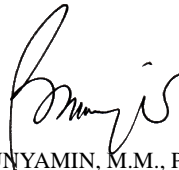
Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal:
08 Februari 2022 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,
Dosen Pembimbing,

ttd

Drs.AGUSSALIM ANDRIANSYAH, MM.

Mengetahui,
Ketua STIE Malangkuçewara,



Drs.BUNYAMIN, M.M., Ph.D

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, 25 Januari 2022

Mahasiswa
ttd
ANDRE ANJASMARIA
NPK: K.2018.1.34577



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fany Andikara
Jabatan : Pemilik usaha
Alamat : Jalan Panglima Sudirman No.29, Kenayan,
Tulungagung

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Andre Anjasmara
NPK : K.2018.1.34577
Jurusan/Program Studi : Manajemen/S1 Manajemen
Universitas : STIE Malangkuçeçwara

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Social Media Advertising* Westcoast Coffee terhadap *Purchase Intention* melalui *E-WOM* (Studi Pada Masyarakat di Tulungagung)”. Sejak tanggal 8 Oktober 2021 sampai tanggal 22 Desember, dan telah pula membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Tulungagung, 22 Desember 2021

Westcoast Coffee

(Fany Andikara)

Pemilik Usaha

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fany Andikara
Jabatan : Pemilik usaha
Alamat : Jalan Panglima Sudirman No.29, Kenayan,
Tulungagung

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Andre Anjasmara
NPK : K.2018.1.34577
Jurusan/Program Studi : Manajemen/S1 Manajemen
Universitas : STIE Malangkuçęwara

Telah selesai melakukan penelitian di Westcoast Coffee selama 2 bulan, terhitung mulai tanggal 8 Oktober 2021 sampai dengan 22 Desember 2021 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Social Media Advertising* Westcoast Coffee terhadap *Purchase Intention* melalui *E-WOM* (Studi Pada Masyarakat di Tulungagung)”. Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Tulungagung, 22 Desember 2021

Westcoast Coffee

(Fany Andikara)

Pemilik Usaha

Ucapan Terimakasih

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang memiliki judul **“Pengaruh *Social Media Advertising Westcoast Coffee terhadap Purchase Intention melalui E-WOM (Studi Pada Masyarakat di Tulungagung)*”**. Penyusunan skripsi tidak dapat berjalan baik tanpa adanya dukungan, dorongan dan motivasi dari berbagai pihak kepada penulis dari awal penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Tony Waworuntu dan Ibu Rina Mariana, Terimakasih yang tidak terhingga atas segala cinta, doa, motivasi, dukungan dan perhatian yang diberikan kepada peneliti sehingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Drs. Agussalim Andriansyah selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing, memberikan saran, bantuan serta waktu untuk memberikan bimbingan kepada penulis.
3. Bapak Zainul Arifin selaku dosen penguji yang memberikan saran dan mengarahkan kepada penulis dalam penulisan skripsi.
4. Ibu Lindananti selaku Koorprodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi STIE Malangkuçewara yang penulis hormati.
5. Seluruh staf pengajar S1 Manajemen yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh studi di STIE Malangkuçewara.
6. Rekan saya Fany Andikara, Krisan Cahya Sefrida dan Westcoast gang lainnya yang senantiasa menemani, memberikan bantuan, dan semangat kepada penulis.
7. Keluarga besar S1 STIE Malangkuçewara, khususnya Offering A yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
8. Serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan dan penyusunan skripsi. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Semoga hasil dari skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak serta dapat memberikan

pengetahuan, wawasan dan sumbangan pemikiran pembaca untuk mendorong penelitian selanjutnya.

Malang, 8 Februari 2022

Penulis

Andre Anjasmara

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi informasi di Indonesia memengaruhi gaya hidup masyarakat yang mengadopsi manfaat dari teknologi informasi. Media sosial merupakan salah satu bentuk pengadopsian perkembangan teknologi yang mengubah gaya hidup masyarakat yang dulunya berinteraksi secara konvensional berubah menjadi dengan cepat dan mudah hanya melakukan interaksi melalui jaringan internet. *Social media* digunakan sebagai alat *marketing* oleh para pemasar untuk memicu niat beli konsumen terhadap sebuah produk atau jasa untuk selanjutnya melakukan pembelian. Pemanfaatan *social media marketing* yang tepat dan menarik dapat menciptakan *Electronic Worth of Mouth* dari masyarakat.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian deskriptif dan eksplanatori. Data dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu *Social Media Advertising* Westcoast Coffee dan variabel terikat yaitu *Purchase Intention*, serta variabel mediasi yaitu *Electronic Worth of Mouth* pada Masyarakat Tulungagung. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purpose sampling*, dengan jumlah sampel 204 Responden yang dihitung menggunakan rumus Daniel & Terrel. Kemudian uji kelayakan instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Social Media Advertising* terhadap *Purchase Intention*, kemudian *Electronic Worth of Mouth* terhadap *Purchase Intention*, lalu *Social Media Advertising* terhadap *Electronic Worth of Mouth*, dan *Social Media Advertising* terhadap *Purchase Intention* melalui *Electronic Worth of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci: *Social Media Advertising, Purchase Intention, Electronic Word of Mouth*

Abstract

The rapid development of information technology in Indonesia affects the lifestyle of people who adopt the benefits of information technology. Social media is a form of adopting technological developments that change the lifestyle of people who used to interact conventionally to quickly and easily only interact through the internet network. Social media is used as a marketing tool by marketers to trigger consumers' purchase intentions for a product or service to make further purchases. The use of appropriate and interesting social media marketing can create Electronic Worth of Mouth from the community.

This research is a quantitative research using descriptive and explanatory research design. The data in this study uses the independent variable, namely Social Media Advertising Westcoast Coffee and the dependent variable, namely Purchase Intention, and the mediating variable, namely Electronic Worth of Mouth in the Tulungagung Community. The sampling method used in this study is purpose sampling, with a total sample of 204 respondents which is calculated using the Daniel & Terrel formula. Then test the feasibility of the instrument using validity and reliability tests. The analysis technique used descriptive statistical analysis and Partial Least Square (PLS) analysis.

The results of this study indicate that Social Media Advertising on Purchase Intentions, then Electronic Worth of Mouth on Purchase Intentions, then Social Media Advertising on Electronic Worth of Mouth, and Social Media Advertising on Purchase Intentions through Electronic Worth of Mouth have a positive and significant impact.

Keywords: Social Media Advertising, Purchase Intention, Electronic Word of Mouth

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh *Social Media Advertising Westcoast Coffee* terhadap *Purchase Intention* melalui *E-WOM* (Studi Pada Masyarakat di Tulungagung)”**. Di dalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi variabel *Social Media Advertising*, variabel *Purchase Intention* dan variabel *Electronic Word of Mouth*. Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang penulis miliki, meskipun telah mengerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajian tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 8 Februari 2022

Penulis

Andre Anjasmara

DAFTAR ISI

	Halaman
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	1
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II	
KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	9
2.3 Kerangka Pikiran.....	11
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	12
BAB III	
METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	15
3.2 Tempat Penelitian	15
3.3 Populasi dan Sampel	15
3.4 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	18
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	20
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	27
4.2 Karakteristik Responden.....	29
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	33
4.4 Uji Instrumen	38
4.5 Analisis PLS	40
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	50
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Kontribusi Penelitian	56
5.3 Keterbatasan Penulis	56
5.4 Saran	57
5.5 Lampiran	58
DAFTAR RUJUKAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Porposi Populasi	17
Tabel 4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel 4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	30
Tabel 4.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	31
Tabel 4.2.4 Distribusi Responden Berdasar Pekerjaan	31
Tabel 4.2.5 Distribusi Responden Berdasar Tingkat Pengeluaran	32
Tabel 4.3.1 Distribusi Frekuensi Variabel Social Media Advertising	34
Tabel 4.3.2 Distribusi Frekuensi Pucashe Intention	35
Tabel 4.3.3 Distribusi Frekuensi Variabel E-WOM	37
Tabel 4.4.1 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.5.1 Hasil Uji Hipoteis	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 – Data pengguna Sosial Media	2
Gambar 2 – Kerangka Pikiran	11
Gambar 3 – Logo dan Kedai Westcoast Coffee.....	28
Gambar 4 – Iklan pada Instagram Westcoast Coffee	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Lampiran 3 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	63
Lampiran 4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	63
Lampiran 5 Distribusi Responden Berdasar Pekerjaan	64
Lampiran 6 Distribusi Responden Berdasar Tingkat Pengeluaran.....	64
Lampiran 7 Distribusi Frekuensi Nilai Mean	64
Lampiran 8 Uji Validitas.....	68
Lampiran 9 Uji Reliabel	69
Lampiran 10 Loading Factor	69
Lampiran 11 Uji AVE.....	70
Lampiran 12 Internal Consistency Reliability	70
Lampiran 13 Discriminant Validity	71
Lampiran 14 Adjusted R-Square	71
Lampiran 15 Effect Size	72
Lampiran 16 Q-Squared	72
Lampiran 17 Goodness of Fit Model (GoF).....	73
Lampiran 18 Uji Hipotesis	73