

**Pengaruh Sosial Media *Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian  
Melalui *Word Of Mouth*  
(Studi Pada Konsumen Dancell Warujayeng)**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai tugas akhir  
untuk memenuhi syarat-syarat  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.*



**Oleh:**

**Windy Tria Mahendra Putra**

**2016/33818**

**Program Studi Manajemen Pemasaran**

**Fakultas Ekonomi**

**STIE Malangkecewara**

# SKRIPSI

PENGARUH SOSIAL MEDIA ADVERTISING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI  
PEMBELIAN WORD OF MOUTH (STUDI PADA KONSUMEN DANCELL WARUJAYENG)

Oleh :

WINDY TRIA MAHENDRA PUTRA

K.2016.1.33818

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :  
26 Agustus 2020 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

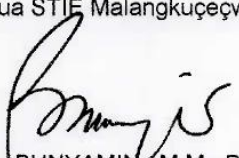
Dosen Pembimbing

ttd

YUYUK LIANA, SE, MM

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara

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

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Windy Tria Mahendra Putra  
No. Pokok : K.2016.1.33818  
Jurusan : Manajemen Marketing

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa saya, 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 3 dan pasal 70)

Malang, 16 Agustus 2020

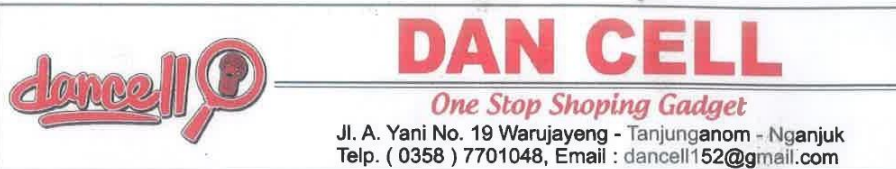
Mahasiswa,



Windy Tria Mahendra Putra

K.2016.1.33818

## SURAT KETERANGAN RISET



### SURAT KETERANGAN

Nomor : 036 / DAN / VIII/ 2020

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Manajemen Universitas STIE Malangkececwara, Nomor:0413.1 / BAAK.-RESEARCH/VI/2020, hal : Izin Mengadakan Penelitian tertanggal 18 Juni 2020, maka CV. DAN CELL Nganjuk dengan ini menerangkan nama mahasiswa di bawah ini :

Nama : Windy Tria Mahendra Putra  
Nomor Pokok : K.2016.1.33818  
Program Studi : MANAJEMEN  
Jenjang : S1  
Alamat : Desa Ngronggot kecamatan Ngronggot, Kodya Nganjuk, Jawa Timur.

Benar telah mengadakan penelitian di CV. DAN CELL pada tanggal 19 Juni 2020 s/d 17 Agustus 2020 guna melengkapi data pada penyusunan Skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Sosial Media Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pembelian Wordof Mouth”**.

Demikian Surat Keterangan diperbuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Nganjuk, 17 Agustus 2020



**RIDHAN NANDARI**  
OWNER DAN CELL

## Ucapan Terima Kasih

Segala puji serta syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul, “Pengaruh Sosial Media Advertising terhadap Keputusan Pembelian melalui Word of Mouth,” dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan harapan penulis. Penyusunan penelitian skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat demi mendapatkan gelar sarjana pada jurusan studi manajemen di STIE Malangkuçeçwara.

Dalam pelaksanaan penyusunan dan penulisan dari skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan, bimbingan, masukan, motivasi, serta dukungan dari banyak pihak yang telah berperan besar dalam penyelesaiannya. Dengan telah terselesaikannya skripsi ini, tidak lupa penulis mengucapkan sebesar-besarnya terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Drs. Bunyamin, M.M., Ph.D., selaku Ketua STIE Malangkuçeçwara.
2. Ibu Dra. Lindananty, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen.
3. Ibu Yuyuk Liana, SE., MM., selaku dosen pembimbing yang sudah berperan sebagai ibu selama masa bimbingan, serta selalu memberikan motivasi dan masukan dalam proses perskripsian hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi.
4. Ibu Dra. Evi Maria, Ak., MSi, CA, Ibu Yuyuk Liana, SE, MM., Bapak Drs. Edi Sudiarto, MM., Ak, CA, selaku dosen penguji yang sudah memberikan nilai dengan maksimal sehingga penulis dapat lulus sesuai harapan.
5. Ibu Dra. Istutik, Ak., MM., CA., CPA., selaku dosen wali yang selalu memberikan motivasi serta masukan dalam selama proses perkuliahan sehingga penulis bisa menyelesaikan studinya.
6. Sintya R, selaku admin DANCELL yang sudah membantu penulis selama proses riset hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Ibu, Bapak, Kakak, selaku keluarga yang telah menudukung, memberi motivasi, dan membiayai penulis agar bisa menyelesaikan studinya.
8. Cicik Ainurrohmah selaku teman hidup yang telah mendukung dan memberi motivasi untuk tetap fokus dan bertahan dalam menghadapi banyak kendala saat penyelesaian skripsi ini.
9. Olympic Fc, Embrio Fc selaku team sepakbolayang juga menjadi *support system* dari penulis, selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini, serta telah

banyak memberikan kata-kata penyemangat kepada penulis agar dapat tetap bertahan dalam menyelesaikan skripsi.

10. Sahabat-sahabat dari penulis, yaitu Komaruszeman, Danu wendisuwanda, Nahwanahza, Marcellinodwi, Rismayantiputri, Pramithafriska, Hasanudin, Mahfud, Ru'yat, Toni, Fachrydwiprihanto, Adiprabowo, Ryan rizaldi yang telah menemani penulis saat sedang jatuh, mendukung, dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Fitriansyahnugroho, Veronica dan Anjar dewi selaku teman-teman seperbimbingan yang rela membantu dan mendukung penulis agar bisa menyelesaikan skripsinya.
12. Teman-teman kelas C, yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, karena telah menjadi partner sekelas dari penulis hingga akhirnya sama-sama telah menyusun dan menyelesaikan skripsi.
13. Seluruh bapak serta ibu dosen, yang tidak dapat disebutkan namanya satu-persatu, karena telah membantu penulis dari awal masuk kuliah hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi.
14. Seluruh karyawan baik itu dari *Customer Service*, Satpam, Kebersihan, bagian perpustakaan, bagian IT Kampus, serta bagian pengajaran yang telah memberi kenyamanan dalam pelayanannya kepada penulis.
15. Serta seluruh orang yang telah memberikan dukungan, masukan, motivasi, serta dukungan moril kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu-persatu dikarenakan keterbatasan penulis mengingat siapa-siapa saja orangnya.

Penulis memahami sebagai penyusun dari skripsi dan menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan atau kesalahan yang tidak disengaja. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik serta saran yang dapat membangun. Terakhir, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat memberikan inspirasi bagi penulis selanjutnya dalam melakukan penelitian yang serupa nantinya. Semoga Allah SWT dapat memberikan balasan yang berlimpah kepada semua yang membaca skripsi ini.

Malang, 17 Agustus 2020,

Penulis,

Windy Tria Mahendra Putra

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH SOSIAL MEDIA *ADVERTISING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI *WORD OF MOUTH* (STUDI PADA KONSUMEN DANCELL WARUJAYENG)**

**OLEH**

**WINDY TRIA MAHENDRA PUTRA**

Di era globalisasi ini perkembangan usaha semakin pesat dan teknologi semakin canggih. Promosi dilakukan melalui media sosial dapat meningkatkan penjualan secara luas dan membentuk strategi komunikasi yang efektif berupa *word of mouth* yang mana dapat mempengaruhi pada keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosial media *advertising*, terhadap keputusan pembelian melalui *word of mouth*. Penelitian ini dilakukan pada konsumen DANCELL Warujayeng sebanyak 100 responden, dan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji regresi linier berganda. Berdasar hasil penelitian menyatakan bahwa sosial media *advertising* berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian terhadap *word of mouth*. Selanjutnya sosial media *advertising* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *word of mouth*. Sedangkan *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sosial media *advertising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *word of mouth*. Sedangkan *word of mouth* tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.



**Kata Kunci : Advertising, Word of mouth, Keputusan pembelian**

**ABSTRACT**

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA ADVERTISING  
ON PURCHASE DECISIONS THROUGH WORD OF  
MOUTH***

***(STUDY ON CONSUMER DANCELL WARUJAYENG)***

**BY**

**WINDY TRIA MAHENDRA PUTRA**

*In this globalization era, business development is increasingly rapid and technology is increasingly sophisticated. Promotion done through social media can increase sales broadly and form effective communication strategies in the form of word of mouth which can influence consumer purchasing decisions. This study aims to determine the effect of social media advertising, on purchasing decisions through word of mouth. This research was conducted on Warujayeng DANCELL consumers as many as 100 respondents, and in this study using quantitative correlational research methods using validity, reliability, and multiple linear regression tests. Based on the results of the study stated that social media advertising has a significant and positive effect on purchasing decisions on word of mouth. Furthermore, social media advertising has a significant and positive effect on word of mouth. While word of mouth has no significant and positive effect on purchasing decisions. It can be concluded that social media advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions, and word of mouth. While word of mouth has no significant and positive effect on purchasing decisions.*

***Keywords : Advertising, Word of Mouth, Purchase decision***

## KATA PENGANTAR

Dengan menghaturkan puji serta syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kelimpahan berkat dan kurnia-Nya sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan tugas akhir atau skripsi yang berjudul “Pengaruh Sosial Media *Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Word Of Mouth* (Studi Pada Konsumen Dancell Warujayeng).” Di dalam penulisan skripsi ini, disajikan pokok-pokok pembahasan yang membahas mengenai pengaruh Sosial Media *Advertising* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Word Of Mouth* sehingga buku ini disusun dengan harapan dapat dijadikan sebagai referensi bagi perusahaan-perusahaan.

Penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis sehingga, meskipun penulis telah mengerahkan seluruh kemampuan untuk dapat memberikan kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini, tetapi penulis memahami bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyajian pada tulisan di skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan untuk diberi kritikan dan saran-saran yang dapat membangun agar tulisan ini dapat memiliki manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Pada akhirnya, penulis megharapkan agar hasil penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat sebaik-baiknya bagi pihak-pihak yang membutuhkan, pembaca akan tulisan ini, serta penulis penelitian yang serupa yang akan datang nantinya.

Sekian dan terima kasih.

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
LembarPengesahan .....	ii
LembarPernyataan Orisinalitas.....	iii
Surat Keterangan Riset.....	iv
Lembar Riwayat Hidup .....	v
Ucapan Terima Kasih.....	vi
Abstrak Bahasa Indonesia .....	ix
Abstrak Bahasa Inggris .....	x
Kata Pengantar.....	xi
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar .....	xviii
Daftar Lampiran.....	1
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>5</b>
2.1 Landasan Teori .....	5
2.2.1 Advertising .....	5
2.2.1.1 Pengertian Advertising .....	5
2.2.1.2 Tujuan Advertising .....	6
2.2.1.3 Fungsi Budaya Organisasi .....	7
2.2.1.4 Dimensi Budaya Organisasi.....	8
2.2.1.5 Indikator Advertising .....	9
2.2.2 Word of Mouth.....	10
2.2.2.1 Pengertian Word of Mouth .....	10
2.2.2.2 Indikator Word of Mouth.....	12
2.2.3 Keputusan Pembelian .....	13

2.2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	13
2.2.3.2 Indikator Keputusan Pembelian .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu .....	17
2.3 Metode Konseptual .....	19
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	19
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Obyek dan Sumber dan Penelitian .....	23
3.2.1 Populasi dan Sampel.....	23
3.3 Variabel, Operasionalisasi dan Pengukuran .....	24
3.3.1 Variabel.....	24
3.3.2 Skala Pengukuran .....	25
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	25
3.5 Prosedur Analisis .....	26
3.5.1 Uji Validitas .....	26
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	26
3.5.3 Analisis Jalur.....	27
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>31</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	31
4.1.1 Tentang DANCELL .....	31
4.1.2 Visi dan Misi.....	32
4.1.3 Struktur Organisasi.....	32
4.2 Gambaran Umum Responden .....	33
4.2.1 Responden Menurut Usia .....	33
4.2.2 Responden Menurut Jenis Kelamin .....	34
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian .....	34
4.3.1 Tanggapan Responden .....	35
4.3.1.1 Advertising .....	35
4.3.1.2 Word of Mouth.....	36
4.3.1.3 Keputusan Pembelian .....	38
4.4 Pengujian Model dan Hipotesis .....	40
4.4.1 Uji Validitas .....	40
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	42
4.4.3 Analisis Jalur.....	43

4.4.3.1 Analisa Jalur 1 .....	43
4.4.3.2 Analisa Jalur 2 .....	45
4.4.4 Model Lintasan Path .....	48
4.5 Pembahasan .....	49
4.5.1 Pengaruh Langsung Sosial Media <i>Advertising</i> Terhadap <i>Word of Mouth</i> .....	49
4.5.2 Pengaruh Langsung <i>Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	51
4.5.3 Pengaruh Langsung <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.5.4 Pengaruh Tidak Langsung Antara <i>Advertising</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui <i>Word of Mouth</i> .....	53
BAB V PENUTUP .....	54
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Kontribusi Penelitian.....	54
5.3 Keterbatasan Penulis .....	54
5.4 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	56
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	59

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.2.1 .....	33
Tabel 4.2.2 .....	34
Tabel 4.3.1.1 .....	35
Tabel 4.3.1.2 .....	36
Tabel 4.3.1.3 .....	38
Tabel 4.6 .....	40
Tabel 4.7 .....	43
Tabel 4.4.3.1 .....	44
Tabel 4.4.3.2 .....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 .....	1
Gambar 4.1.1 .....	32
Gambar 4.1.2 .....	32
Gambar 4.4.3.3 .....	48
Gambar 4.4.3.4 .....	49

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran-1 .....	58
Lampiran-2 .....	59
Lampiran-3 .....	61
Lampiran-4 .....	62
Lampiran-5 .....	63
Lampiran-6 .....	65
Lampiran-7 .....	66