

**PENGARUH IKLAN BERBAYAR, *SOCIAL MEDIA*, DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
DI PAMERAN INACRAFT TAHUN 2017**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi Manajemen**



Mega Amalia Septiani

1151901012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2017**

Universitas Bakrie

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk**

telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Mega Amalia Septiani

NIM : 1151901012

Tanda Tangan : 

Tanggal : 11 September 2017

Universitas Bakrie


HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir ini diajukan oleh :

Nama : Mega Amalia Septiani
NIM : 1151901012
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan Berbayar, *Social Media*, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung di Pameran Inacraft Tahun 2017.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaff Shihab, S.E., M.Sc., MBA., Ph.D.  (.....)

Penguji I : Dominica A. Widyastuti, SE., MM  (.....)

Penguji II : Holila Hatta, S.Pd., M.M  (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11 September 2017

Universitas Bakrie

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Iklan Berbayar, *Social Media*, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung di Pameran Inacraft 2017”. Penyusunan Tugas akhir ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Penyelesaian Tugas akhir ini tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Muchsin Saggaf Shihab, SE, M.Sc, MBA, Ph.D, selaku pembimbing tugas akhir yang telah memberikan waktu, tenaga, bimbingan, masukan, dan dukungan yang berharga sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
2. Dominica A. Widyastuti, S.E, M.M, selaku dosen pembahas proposal tugas akhir yang telah membantu dalam memperbaiki isi dan penulisan tugas akhir .
3. PT. Mediatama Binakreasi yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang diperlukan.
4. Dosen dan seluruh staf pegawai Universitas Bakrie atas bantuan yang diberikan selama penulis menyusun tugas akhir ini
5. Orang tua dan adik perempuan penulis atas doa, kasih sayang, serta dukungan moral dan materi yang tiada terbatas kepada penulis.
6. Bismo Mumpuni Wicaksono yang selalu sabar dalam mendampingi dan memberi bantuan moril kepada penulis selama mengerjakan tugas akhir ini.
7. Teman-teman seperjuangan Jurusan Manajemen Kelas Karyawan 2015 serta seluruh teman-teman baik penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan Tugas Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas dukungan dan semangatnya.

Universitas Bakrie

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini tidak luput dari kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi setiap pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 11 September 2017



Penulis

Universitas Bakrie

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mega Amalia Septiani
NIM : 1151901012
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Iklan Berbayar, *Social Media*, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung di Pameran Inacraft Tahun 2017”

Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 September 2017

Yang menyatakan



(Mega Amalia Septiani)

**Pengaruh Iklan Berbayar, *Social Media*, dan *Word of Mouth* terhadap
Keputusan Berkunjung di Pameran Inacraft tahun 2017**

Mega Amalia Septiani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis iklan berbayar, *social media*, dan *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung di pameran inacraft tahun 2017. Data Sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber seperti jurnal, buku dan publikasi lain yang terkait. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan wawancara kepada 30 responden *pre-test* dan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden dengan jumlah 100 responden. Berbagai uji statistic digunakan seperti uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik. Penelitian juga menggunakan metode analisis regresi berganda dan ditemukan bahwa iklan berbayar, *social media* dan *word of mouth* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung di pameran inacraft tahun 2017.

Kata Kunci : Iklan berbayar, *social media*, *word of mouth*, keputusan berkunjung.

*The Influence of Paid Advertising, Social Media, and Word of Mouth on
Visiting Decisions at Inacraft Exhibition 2017*

Mega Amalia Septiani

ABSTRACT

This study aims to analyze paid advertisement, social media, and word of mouth on the decision to visit inacraft exhibition 2017. Secondary data collected from various sources such as journals, books and other related publications. Primary data were collected by interviewing 30 pre-test respondents and using questionnaires distributed to respondents with 100 respondents. Various statistical tests are used such as validity test, reliability test and classical assumption test. The study also used multiple regression analysis method and it was found that paid advertisement, social media and word of mouth have a positive and significant influence on the decision of visiting at inacraft exhibition 2017.

Keywords: Paying ads, social media, word of mouth, visiting decisions.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Tujuan Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian	5
 BAB II TINJAUAN TEORITIS	
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Iklan	6
2.1.1.1 Peran dan Tipe Iklan	8
2.1.2 Social Media	9
2.1.2.1 Jenis Media Sosial	10
2.1.3 Word of Mouth	12
2.1.3.1 Pengukuran Word of Mouth	15
2.1.4 Keputusan Berkunjung	15
2.2 Kerangka Pemikiran	17
2.3 Hipotesis	18
2.4 Penelitian Terdahulu	18
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian, Instrumen Penelitian, dan Operasional Variabel	21
3.1.1 Jenis Penelitian	21
3.1.2 Instrumen Penelitian	21
3.1.3 Operasional Variabel	22
3.2 Populasi dan Sampel	23
3.2.1 Populasi	23
3.2.2 Sampel	23
3.3 Metode Pengambilan Data	24
3.4 Jenis dan Sumber Data	25
3.4.1 Data Primer	25
3.4.2 Data Sekunder	25
3.5 Teknik Analisis Data	25
3.5.1 Uji Validitas	25

3.5.2 Uji Reabilitas	26
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	26
3.5.3.1 Uji Normalitas	26
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas	27
3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas	27
3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda	28
3.5.5 Uji Hipotesis	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisa Karakteristik Responden	30
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	31
4.2.1 Uji Validitas	31
4.2.2 Uji Reliabilitas	33
4.3 Uji Asumsi Klasik	33
4.3.1 Uji Normalitas	33
4.3.2 Uji Multikolinearitas	35
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	35
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	36
4.5 Pembahasan	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Perkembangan Pengunjung Tahun 2011 – 2016	3
Gambar 2.1 Model Komunikasi WOM	13
Gambar 2.2 Kerangka pemikiran	17
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot Uji Normalitas	34
Gambar 4.2 Histogram Normalitas	34
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot Uji Heterokedastisitas	36

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Operasional Variabel	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	30
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Pre-test	31
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas 100 Responden	32
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Pre-test	33
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden	33
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	44
Lampiran II Nilai r Tabel	47
Lampiran III Nilai t Tabel	48
Lampiran IV Nilai f Tabel	49
Lampiran V Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	50
Lampiran VI Uji Asumsi Klasik	57
Lampiran VII Uji Analisis Regresi Linear Berganda	58