

**PENGARUH PROMOSI INDOMARET DI SOSIAL MEDIA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

TUGAS AKHIR

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



Tasya Nadyan Utami

1151001023


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Tasya Nadyan Utami

NIM : 1151001023

Tanda Tangan : 

Tanggal : 16 Agustus 2019

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Tasya Nadyan Utami
NIM : 1151001023
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Indomaret di Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

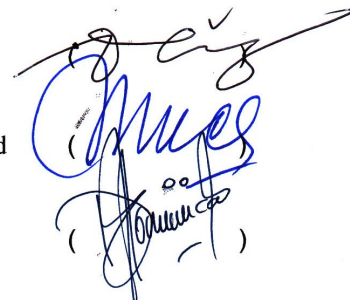
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Holila Hatta, S.Pd., M.M

Penguji I : Muchsin Saggaf Shihab, M.Sc., MBA, Ph.d

Penguji II : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM



Handwritten signatures in blue ink, including a large signature at the top and two smaller ones below, corresponding to the examiners listed.

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tasya Nadyan Utami
NIM : 1151001023
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 PROMOSI INDOMARET DI SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

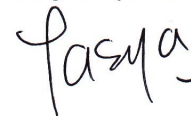
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hal Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 16 Agustus 2019

Yang Menyatakan



Tasya Nadyan Utami

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran ALLAH SWT karena berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Strategi Promosi Indomaret di Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.

Selesainya penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Holila Hatta, S.Pd.,MM. selaku dosen pembimbing tugas akhir ini yang senantiasa telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan penuh kesabaran dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Muhsin Saggaf S.,M.Sc.,MBA,Ph.D selaku dosen pembahas yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Orang tua dan adik tercinta, Bapak Tri Yoedo Arnanto dan Ibu Julianti Srikandi Dewi. Adik-adik penulis, Tania dan Tanzano yang selalu mendoakan serta memberi support utama kepada penulis sehingga terselesaikannya skripsi ini dengan penuh semangat.
4. Sahabat Tercinta dan seperjuangan di Universitas Bakrie, Bila, Vina, Rida, Indah, Rifqi,Syafik,Fadel yang dengan sabar membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat Tercinta sejak penulis SMP, Wulan dan Rara yang selalu memberikan semangat memberikan doa untuk penulis.
6. Ilham Diagam Bintang selaku orang terdekat penulis yang senantiasa juga memberikan motivasi, dukungan, doa untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
7. Seluruh teman – teman Universitas Bakrie Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial angkatan 2015 yang penulis tidak dapat sebutkan satu per satu

yang saling memberikan dukungan, semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Seluruh responden yang telah ikut berpartisipasi dalam pengisian kuesioner yang telah disediakan oleh penulis.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tentunya terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kedepannya menjadi lebih baik lagi dan semoga skripsi ini bermanfaat untuk seluruh mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.

Jakarta, 23 Juli 2019



Tasya Nadyan Utami

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI INDOMARET DI
SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN**

TASYA NADYAN UTAMI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh strategi promosi Indomaret di sosial media terhadap keputusan pembelian konsumen. Semua data penelitian ini berdasarkan penyebaran kuesioner kepada 100 responden konsumen Indomaret yang mengetahui promosi Indomaret di sosial media dan konsumen Indomaret yang pernah berbelanja di Indomaret dalam 1 bulan terakhir. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini dalam pengujian hipotesis menggunakan Uji Validitas, Uji Realibilitas, dan Uji Regresi. Dan dari serangkaian uji statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari strategi promosi Indomaret di sosial media terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: promosi sosial media, keputusan pembelian konsumen, Indomaret.

***THE EFFECT OF INDOMARET PROMOTION
STRATEGIES ON SOCIAL MEDIA ON CONSUMER
PURCHASE DECISIONS***

TASYA NADYAN UTAMI

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Indomaret's promotion strategy on social media on consumer purchasing decisions. All research data is based on questionnaires to 100 Indomaret consumer respondents who know about Indomaret's promotion on social media and Indomaret consumers who have shopped at Indomaret in the past 1 month. The analysis used in this study in testing the hypothesis using Validity Test, Reliability Test, and Regression Test. And from a series of statistical tests it can be concluded that there is a significant effect of Indomaret's promotion strategy on social media on consumer purchasing decisions.

Key word : Social media promotion, consumer purchasing decisions, Indomaret.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Perumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Promosi	7
2.1.1 Pengertian <i>Promotion Mix</i>.....	7
2.1.2 Tujuan promosi.....	8
2.1.3 Media Promosi	9
2.2 Sosial Media.....	10
2.2.1 Pengertian Sosial Media.....	10
2.2.2 Peran dan Fungsi Sosial Media dalam Dunia Bisnis.....	10
2.2.3 Sosial Media Instagram.....	11
2.2.4 Sosial Media LINE.....	12
2.3 Keputusan Pembelian.....	13
2.4 Konsumen	16
2.5 Penelitian Terdahulu.....	18
2.6 Kerangka Pemikiran	19
2.7 Hipotesis	19

BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1 Metode Penelitian	20
3.2 Populasi Dan Sampel.....	20
3.2.1 Populasi.....	20
3.2.2 Sampel.....	20
3.3 Jenis Penelitian dan Sumber Data	21
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	22
3.4.1 Variabel Penelitian	22
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.5 Metode Pengumpulan Data	24
3.5.1 Studi Pustaka	24
3.5.2 Studi Lapangan.....	24
3.6 Teknik Analisis Data	25
3.6.1 Uji Instrumen Penelitian.....	25
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.2.1 Uji Normalitas	27
3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas	27
3.6.3 Kelayakan Model.....	28
3.6.3.1 Uji Regresi Linear Sederhana	28
3.6.3.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	28
3.6.4 Uji Hipotesis.....	29
3.6.4.1 Uji T	29
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	30
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	31
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	31
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lokasi Responden.....	32
4.1.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
4.2 Pre-Test Validitas dan Realibilitas	33
4.2.1 Hasil Uji Validitas terhadap 30 Responden	33
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas terhadap 30 Responden	34
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	35
4.3.1 Hasil Uji Validitas	35

4.3.2 Hasil Uji Realibilitas	36
4.4 Uji Asumsi Klasik	37
4.4.1 Uji Normalitas	37
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas	39
4.5 Kelayakan Model.....	40
4.5.1 Uji Regresi Linear Sederhana	40
4.5.2 Koefisien Determinasi.....	41
4.6 Uji Hipotesis	41
4.6.1 Uji T (Parsial).....	41
4.7 PEMBAHASAN	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	44
5.1 Kesimpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet.....	1
Gambar 1.2 Promosi Indomaret di sosial media Intagram.....	3
Gambar 1.3 Official Account LINE Indomaret.....	4
Gambar 1.4 Promosi Indomaret di sosial media LINE.....	4
Gambar 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Gambar 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	31
Gambar 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	31
Gambar 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lokasi.....	32
Gambar 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-Plot.....	38
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran.....	19
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.2 Tabel Skala Interval Penelitian.....	25
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas terhadap 30 Responden.....	33
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas terhadap 30 Responden.....	34
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas terhadap 100 Responden.....	35
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas terhadap 100 Responden.....	36
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	40
Tabel 4.7 Hasil Analisis Determinasi.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji T	42