

**PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA  
INSTAGRAM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GEPREK BENSU DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**



**SYIFA FAUZIAH**

**1151001100**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA**

**2019**

**PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA  
INSTAGRAM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GEPREK BENSU DI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR**

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



**SYIFA FAUZIAH**

**1151001100**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**2019**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

---

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

**Nama : Syifa Fauziah**

**NIM : 1151001100**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 21 Agustus 2019**

**HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

---

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Syifa Fauziah  
NIM : 1151001100  
Program Studi : S1 Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA  
INSTAGRAM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GEPREK BENSU DI  
JAKARTA

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

**DEWAN PENGUJI**

Pembimbing : Anon Kuswardono, SE., MBA  
Penguji 1 : Muchsin S. Shihab, M.Sc., MBA., Ph.D  
Penguji 2 : M.Th. Anitawati., Ir., M.S., M.Sc



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Agustus 2019

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media Instagram dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian” dapat penulis selesaikan sebagai tugas akhir untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Segala usaha, upaya dan doa telah penulis lakukan untuk menyelesaikan skripsi ini sebaik mungkin. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini sering menemui berbagai macam kendala dan hambatan, namun berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya, maka pada kesempatan ini penulis ingin menghaturkan rasa terima kasih kepada:

1. Orang tua tercinta Abi Mahmud dan Umi Hastuti serta adikku Afifah Ramadhani yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang, doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat.
2. Bapak Anon Kuswardono, SE., MBA selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dengan sabar membimbing serta masukan-masukan yang berguna selama penyusunan dan penyempurnaan skripsi ini.
3. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, M.Sc., MBA., Ph.D selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Ibu Ir., M.Th. Anitawati., M.S., M.Sc selaku dosen penguji dalam siding tugas akhir penulis yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini.
5. Anis Safiko, Nurul Azizah, Nure, Nisa, Oyol selaku sahabat dan teman sependaftaran yang selalu menemani dan memberi masukan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini

6. “Duta Bisquad” (Aprilia Dewi, Ivana Shelsea, Sheila Hapsari, Made Chernovica, Elishabet Magdalena) selaku teman-teman terdekat penulis yang senantiasa membantu memotivasi dan menghibur penulis selama menjalani kehidupan perkuliahan.
7. Regita Putri, Saras Wulansih Febriani, Dwi Tia Fauziyah, Ibnu Farhan, Fitrotun Najah, Ahmad Fahrul Rozi selaku sahabat yang selalu memberikan dukungan dan selalu menjadi penghibur dikala penat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie Angkatan 2015 yang saling memberikan dukungan motivasi dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner yang disediakan oleh penulis.

Hanya do’a yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/i dan teman-teman sekalian. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Mudah -mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Atas segala bantuan dan partisipasi yang telah diberikan semoga menjadi amal saleh dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Jakarta, 21 Agustus 2019



Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Syifa Fauziah  
NIM : 1151001100  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Marketing

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 MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GEPREK BENSU DI JAKARTA”**

Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak 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 : 21 Agustus 2019

Yang menyatakan



Syifa Fauziah

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GEPREK BENSU DI JAKARTA**

Syifa Fauziah<sup>1</sup>

---

**ABSTRAK**

Pemasaran dan kualitas merupakan unsur penting penentu kesuksesan suatu bisnis. Salah satu fenomena pemasaran melalui internet yang populer saat ini adalah promosi yang dilakukan melalui sosial media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi melalui sosial media Instagram dan Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian Geprek Benu di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif eksplanatif dan teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan total sampel berjumlah 133 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis linear berganda dengan menggunakan software SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi melalui media sosial Instagram dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Promosi, Media Sosial Instagram, Kualitas produk, Keputusan Pembelian**

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie



**THE INFLUENCE PROMOTION THROUGH SOCIAL MEDIA  
INSTAGRAM AND PRODUCT QUALITY TO PURCHASE DECISION  
GEPREK BENSU IN JAKARTA**

Syifa Fauziah<sup>2</sup>

---

**ABSTRACT**

*Marketing and quality is an important in determining business success. One of the most popular internet marketing phenomena is promotion conducted through social media. The purpose of research to determine The Influence of Promotion through Social Media Instagram and Product Quality to Purchase Decision at Geprek Bensu in Jakarta. The study used is an explanatory quantitative research method and the sampling technique used is purposive sampling method with a total sample of 133 people. The data obtained was then analyzed using multiple linear regression analysis techniques using SPSS 24 software. The result showed that tthe independent variables (promotion through social media Instagram and product quality) as together influence the dependent variable (purchase decision).*

***Keywords: Promotion, Social Media Instagram, Product Quality, Purchase Decision***

---

<sup>2</sup> College Student of Management Program of Bakrie University

**DAFTAR ISI**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB 2 KERANGKA PENULISAN DAN HIPOTESIS .....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Promosi .....	8
2.1.2 Bauran pemasaran .....	10
2.1.3 Media Sosial.....	11
2.1.4 Kualitas Produk.....	19
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Kerangka Konseptual.....	24
2.4 Hipotesis .....	24
BAB 3 METODE PENELITIAN .....	25
3.1 Objek Penelitian.....	25
3.2 Populasi dan Sampel .....	25
3.2.1 Populasi.....	25

3.2.2 Sampel.....	25
3.3 Sumber Data dan Skala Pengukuran.....	27
3.4 Definisi Operational Variabel.....	28
3.4.1 Variable Penelitian.....	28
3.4.2 Operational Variabel.....	28
Lanjutan Tabel 3.2.....	29
3.5 Uji Instrument Penelitian.....	30
3.5.1 Uji Validitas.....	30
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.6.1 Uji Normalitas.....	31
3.6.2 Uji Multikolinearitas.....	31
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	31
3.7 Uji Kelayakan Model.....	32
3.8 Uji Hipotesis.....	33
3.8.1 Uji Parsial (Uji T).....	33
3.8.2 Uji Simultan (Uji F).....	33
3.8.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	34
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Pre-Test Kuisioner.....	35
4.2 Analisis Karakteristik Responden.....	37
4.3 Analisis Deskriptif.....	39
4.3.1 Variabel Promosi melalui Sosial Media Instagram.....	39
4.3.2 Variabel Kualitas Produk.....	40
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian.....	40
4.4 Analisis Statistik.....	41
4.4.1 Uji Validitas.....	41
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	42
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.5.1 Uji Normalitas.....	43
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	44
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.6 Analisis Regresi Linear.....	46

4.7 Pengujian Hipotesis .....	47
4.7.1 Uji Parsial (Uji T) .....	47
4.7.2 Uji Simultan (Uji F) .....	48
4.7.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	49
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>52</b>
5.1 Simpulan .....	52
5.2 Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>57</b>

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1-1 Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia .....	2
Gambar 1-2 Layanan Internet yang Diakses Masyarakat Indonesia.....	3
Gambar 1-3 Tampilan Instagram Geprek Benu .....	5
Gambar 2-1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan .....	22
Gambar 2-2 Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 4 1 Hasil Uji Normalitas- P-Plot .....	43
Gambar 4 2 Hasil Uji Normalitas-Histogram .....	44
Gambar 4 3 Uji Heterokedastisitas.....	45

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3 1 Skala Likert.....	28
Tabel 3 2 Tabel Operasional Variabel .....	28
Tabel 4 1 Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi Melalui Sosial Media Instagram .....	35
Tabel 4 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas produk .....	36
Tabel 4 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	36
Tabel 4 4 Karakteristik Responden.....	37
Tabel 4 5 Analisis Deskriptif Variabel Promosi melalui sosial media instagram.....	39
Tabel 4 6 Analisis deskriptif variabel kualitas produk.....	40
Tabel 4 7 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 4 8 Hasil Uji Validitas .....	41
Tabel 4 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bebas dan Terikat .....	42
Tabel 4 10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	44
Tabel 4 11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
Tabel 4 12 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	47
Tabel 4 13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	48
Tabel 4 14 Hasil Koefisien Determinasi .....	49

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 1 Kuisisioner Penelitian .....	57
Lampiran 1 2 Hasil Uji SPSS .....	62
Lampiran 1 3 Hasil jawaban responden .....	67