

**ANALISIS FAKTOR LOKASI, HARGA, DAN PERSEPSI
AKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA BAKSO RUSUK SUNANGIRI CABANG
TEBET)**

TUGAS AKHIR



SRI MULYANI

1161001004

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

2020

**ANALISIS FAKTOR LOKASI, HARGA, DAN PERSEPSI
AKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(STUDI KASUS PADA BAKSO RUSUK SUNANGIRI CABANG
TEBET)**

TUGAS AKHIR

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



SRI MULYANI

1161001004

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

JAKARTA

2020

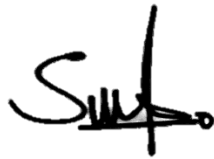
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Sri Mulyani

NIM : 1161001004

TTD :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sri Mulyani', written over a horizontal line.

Tanggal : 31 Agustus 2020


HALAMAN PENGESAHAN


Tugas Akhir ini diajukan oleh:


Nama : Sri Mulyani
NIM : 1161001004
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Faktor Lokasi, Harga, dan Persepsi Aktivitas Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Rusuk Sunangiri Cabang Tebet)

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 1 : Mirsa Diah Novianti, S.T., M.T.  (.....)

Penguji 2 : **Dominica Arni Widyastuti, SE., MM**  (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 31 Agustus 2020

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari selama proses penulisan Tugas Akhir ini banyak mengalami kendala. Namun, berkat bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak, penulis mampu menghadapi segala kendala yang ada. Ungkapan Terima kasih ini ingin penulis sampaikan kepada:

1. Orang tua tersayang, terutama mamah yang dengan ketulusan hati selalu mendoakan, memberikan motivasi dan semangat, serta dorongan moril maupun material kepada penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Terutama mamah ku tersayang yang telah membiayai pendidikan ku dari semasa SMP sampai berada di titik ini, *I love you mom.*
2. Adik tersayang Lia Syawalia yang selalu memberikan semangat dan doanya.
3. Ibu Holila Hatta, S.Pd., M.M selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta dengan sabar memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat untuk penyelesaian tugas akhir penulis. Tidak lupa terima kasih penulis ucapkan atas motivasi dan dukungan yang diberikan agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
4. Dosen pembahas Ibu Mirsa Diah Novianti, S.T., M.T. dan dosen penguji ibu **Dominica Arni Widyastuti, SE., MM** yang telah membantu memberi arahan dan masukan kepada penulis sehingga tugas akhir dapat terus diperbaiki dan ditingkatkan menjadi lebih baik lagi.
5. Segenap dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu, pengetahuan dan pengalamannya kepada penulis.

6. Seluruh responden dari konsumen Bakso Rusuk Sunangiri yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi objek penelitian bagi tugas akhir penulis.
7. Sahabat dan teman seperjuangan penulis, Jessy, Umami, Saskia, Nadda, Laili, Irsyad Yudhistira, Indra Bagus dll yang selalu memberikan dukungan moril dan masukan kepada penulis selama proses penyelesaian tugas akhir.
8. Abang Ridho Insan Tawakal terkasih yang selalu mwmemberikan dukungan moril, masukan, dan dukungan kepada penulis selama proses penyelesaian tugas akhir.
9. Teman-teman SMP ku, Wildha, Agya, Windi,dan Sasha yang terus memberikan dukungan dan semangat serta bantuan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Terakhir kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Akhir kata penulis berharap semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Allah SWT dan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Jakarta, 31 Agustus 2020



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Sri Mulyani
NIM : 1161001004
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:

Analisis Faktor Lokasi, Harga, dan Persepsi Aktivitas Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Bakso Rusuk Sunangiri Cabang Tebet)

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan 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 : 31 Agustus 2020

Yang Menyatakan



Sri Mulyani

**ANALISIS FAKTOR LOKASI, HARGA, DAN PERSEPSI AKTIVITAS
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Sri Mulyani¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Faktor Lokasi, Harga, dan Persepsi Aktifitas Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian di Bakso Rusuk Sunangiri di Tebet. Terdapat tiga variabel independent, yakni Faktor Lokasi (X1) yang mempunyai dimensi berupa Lalu lintas pejalan kaki, Lalu lintas kendaraan, Fasilitas parkir, Transportasi umum, Letak berdirinya restoran. Variabel independen kedua, yakni Harga (X2) mempunyai dimensi Keterjangkauan Harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Kesesuaian harga dengan manfaat, Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Variabel independent ketiga, yakni Pesepsi Aktivitas Media Sosial Instagram (X3) mempunyai dimensi *Entertainment, Interaction, Trendiness, Customization, Word of Mouth (WOM)*. Sementara itu, variabel dependen yang diteliti adalah Keputusan Pembelian (Y) yang memiliki dimensi Pilihan Produk, Pilihan Penyalur Waktu Pembelian, Metode Pembayaran. Objek dari penelitian adalah 100 orang konsumen Bakso Rusuk Sunangiri di Tebet. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, uji T, uji F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel Faktor Lokasi, Harga, dan Pesepsi Aktivitas Media Sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Bakso Rusuk Sunangiri Tebet. Variabel Faktor Lokasi, Harga, dan Pesepsi Aktivitas Media Sosial Instagram secara simultan berpengaruh signiifikian terhadap Keputusan Pembelian di Bakso Rusuk Sunangiri Tebet.

Kata Kunci: *Entertainment, Word of Mouth, Media Sosial Instagram,*

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

***ANALYSIS OF LOCATION FACTORS, PRICES, AND PERCEPTION OF
SOCIAL MEDIA INSTAGRAM ACTIVITY AGAINST PURCHASING
DECISIONS***

Sri Mulyani²

ABSTRACT

This research aims to find out the influence of Instagram's Location Factor, Price, and Perception of Social Media Activity on Purchasing Decisions at Bakso Rusuk Sunangiri in Tebet. There are three independent variables, namely Location Factor (X1) which has dimensions in the form of Pedestrian traffic, Vehicle traffic, Parking facilities, Public transportation, The location of the restaurant. The second independent variable, namely Price (X2) has dimensions Affordability Price, Price suitability with product quality, Price suitability with benefits, Price according to ability or price competitiveness. The third independent variable, Instagram Social Media Activity Cyclist (X3) has dimensions Entertainment, Interaction, Trendiness, Customization, Word of Mouth (WOM). Meanwhile, the dependent variables studied are Purchase Decisions (Y) that have product selection dimensions, Purchase Time Distributor Options, Payment Methods. The object of the study was 100 consumers of Bakso Rusuk Sunangiri in Tebet. The analytical techniques used in this study are multiple linear regression analysis, T test, F test and determination coefficient. The results of this study showed that partially variable Location Factor, Price, and Pesepsi Instagram Social Media Activity has an effect on purchasing decisions at Bakso Rusuk Sunangiri Tebet. Variable Factors Location, Price, and Pesepsi Instagram Social Media Activity simultaneously influence signiifikian to purchasing decisions at Bakso Rusuk Sunangiri Tebet.

Keywords: Entertainment, Word of Mouth, Social Media Instagram

² Student of Management Program, Universitas Bakrie

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penulisan	12
1.4 Manfaat Penulisan	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	14
2.1 Lokasi	14
2.1.1 Pengertian Lokasi	14
2.1.2 Dimensi-Dimensi Faktor Lokasi	14
2.2 Harga	15
2.2.1 Pengertian Harga	15
2.2.2 Persepsi Dimensi Harga	16
2.2.3 Dimensi Harga	18
2.3 Persepsi Aktivitas Media Sosial	18
2.3.1 Pengertian Persepsi Aktivitas Media Sosial	18
2.3.2 Tipe Media Sosial	20
2.3.3 Dimensi-Dimensi Persepsi Aktivitas Media Sosial	21
2.4 Instagram	22
2.4.1 Pengertian Instagram	22
2.4.2 Fitur-Fitur Instagram	22

2.5 Keputusan Pembelian	25
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	25
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	27
2.5.3 Dimensi-Dimensi Keputusan pembelian	27
2.6 Penelitian Terdahulu.....	29
2.7 Kerangka Pemikiran.....	33
2.8 Hipotesis Penelitian	33
BAB III.....	34
METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Metode Penelitian.....	34
3.2 Objek Penelitian	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Jenis dan Sumber Data	36
3.4.1 Sumber data primer.....	36
3.4.2 Sumber data Sekunder	36
3.5 Operasional Variabel.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	39
3.7 Uji Validitas dan Realibitas.....	40
3.7.1 Uji Validitas	40
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.7.3 Uji Asumsi-Asumai Klasik	41
3.7.4 Uji Hasil Hipotesis	42
3.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
BAB IV	45
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Pre-Test Kuesioner	45
4.2 Analisis Karakteristik Responden	47
4.3 Uji Asumsi Klasik	49
4.3.1 Uji Normalitas.....	49
4.3.2 Uji Multikolinearitas	50
4.3.3 Uji Heteroskedastistas.....	51

4.4	Uji Regresi Linear Berganda	51
4.5	Uji Hasil Hipotesis.....	54
4.5.1	Uji T (Parsial).....	54
4.5.2	Uji F	55
4.6	R ²	56
4.7	Analisis Deskriptif dan Pembahasan.....	57
4.7.1	Faktor Lokasi.....	58
4.7.2	Harga.....	59
4.7.3	Persepsi Media Sosial.....	60
4.7.4	Keputusan Pembelian.....	62
4.7.5	Analisis Pengaruh Masing-Masing Variabel.....	63
BAB V	66
KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN	66
5.1	Kesimpulan	66
5.2	Keterbatasan.....	67
5.3	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN	73
Lampiran 1-1	Kuesioner	73
Lampiran 1-2	Hasil Olah SPSS.....	79
Validitas	79
Realibilitas	82
Uji Asumsi Klasik	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Bakso Rusuk Sunangiri.....	9
Gambar 1. 2 Menu Bakso Rusuk Sunangiri.....	10
Gambar 1. 3 Instagram Bakso Solo Samrat.....	16
Gambar 1. 4 Instagram Bakso Solo Samrat.....	17
Gambar 1. 5 Instagram Bakso Rusuk Sunangiri.....	17
Gambar 1. 6 Instagram Bakso Rusuk Sunangiri.....	18
Gambar 2. 1 Persepsi Harga.....	24
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian.....	34
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Bakso Rusuk Sunangiri & Bakso Solo Samrat.....	14
Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	44
Tabel 3. 2 Pengelompokan berdasarkan Metode Skala Likert.....	46
Tabel 4. 1 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Lokasi.....	52
Tabel 4. 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Harga.....	53
Tabel 4. 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Pesepsi Aktivitas Media Sosial.....	53
Tabel 4. 4 Uji Validitas dan Reabilitas Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden.....	55
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas.....	56
Tabel 4. 7 Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastitas.....	58
Tabel 4. 9 Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4. 10 Uji t (parsial).....	61
Tabel 4. 11 Uji f (simultan).....	62
Tabel 4. 12 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	63
Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif Lokasi.....	65
Tabel 4. 14 Analisis Deskriptif Harga.....	66
Tabel 4. 15 Analisis Deskriptif Persepsi Aktivitas Media Sosial Instagram.....	67
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian.....	69