

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, PERSEPSI
HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA LATIHAN TENNIS
(Studi Pada Cibubur Tennis Club)**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen



YEARRIMIA

2221021041

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN UNIVERSITAS
BAKRIE JAKARTA
TAHUN 2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Yearrimia

NIM : 2221021041

Tanda Tangan : 

Tanggal : 12 Agustus 2025

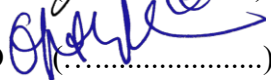
HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Yearrimia
NIM : 2221021041
Program Studi : Magister
Manajemen Fakultas : Ekonomi dan Ilmu
Sosial
Judul Tesis : Pengaruh Social Media Marketing, Persepsi Harga dan Lokasi
Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Latiahn
Tennis (Studi Pada Cibubur Tennis Club)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf Shihab, SE., MSc., MBA., PhD ( *Muchsin*)
Penguji I : Dr. Jerry Heikal, ST, MM ( *jheikal*)
Penguji II : Ovalia, S.Pd, M.Si, Ph.D ( *Ovalia*)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 12 Agustus 2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat-Nya kepada peneliti sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik, sebagai bentuk untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Magister Manajemen, Program Studi S2 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan dan bimbingan secara langsung dan tidak langsung dalam penulisan tugas akhir ini, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada:

1. Bapak Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D., selaku dosen pembimbing tugas akhir ini yang telah memberikan arahan, bantuan dan masukan dalam mendukung proses penelitian ini.
2. Seluruh dosen, staff dan karyawan Magister Manajemen, Universitas Bakrie yang telah mendidik, mendukung dan membimbing peneliti selama masa perkuliahan hingga saat penulisan tugas akhir ini.
3. Suami saya I Nyoman Yoga Gamma yang selalu bersedia memberikan semangat, kasih sayang, bantuan, dukungan, waktu dan menjadi tempat untuk berbagi suka maupun duka dari awal masa perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir penelitian ini.
4. Ke-empat orang tuaku, papa, mama, bapak & mama nuning yang selalu mendoakan, bantuan dan dukungan kepada peneliti.
5. Sahabat-sahabat organik, yang sudah selalu setia memberikan dukungan juga kepada peneliti dalam proses perkuliahan ini.
6. Seluruh sahabat-sahabat Tennis dan Cibubur Tennis Club yang membantu proses penelitian ini sehingga berjalan dengan lancar.

Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat.

Jakarta, Juli 2025

Peneliti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Yearrimia
NIM : 2221021041
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Tesis

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

**Pengaruh Social Media Marketing, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian
Jasa Latihan Tennis (Studi Pada Cibubur Tennis Club)**

Beserta 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 : 12 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Yearrimia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh social media marketing, persepsi harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian jasa latihan tenis pada Cibubur Tennis Club. Latar belakang penelitian menunjukkan adanya inkonsistensi hasil dari studi-studi sebelumnya mengenai variabel-variabel tersebut terhadap keputusan pembelian, ditambah dengan hasil pra-survei yang mengindikasikan ketiga faktor ini dominan dalam pemilihan tempat latihan tenis. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa latihan tenis di Cibubur Tennis Club. Demikian pula, harga juga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, lokasi turut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen. *Social Media Marketing*, harga, dan lokasi—secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian jasa latihan tenis pada Cibubur Tennis Club. Temuan ini diharapkan memberikan wawasan praktis bagi Cibubur Tennis Club dalam mengoptimalkan strategi pemasarannya.

Kata kunci: Social Media Marketing, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of social media marketing, price perception, and location on the purchasing decisions of tennis training services at Cibubur Tennis Club. The research background highlights inconsistencies in previous studies regarding the impact of these variables on purchasing decisions, coupled with pre-survey results indicating these three factors as dominant in selecting tennis training venues. A quantitative research method was employed. The analysis results show that social media marketing has a positive and significant influence on the purchasing decisions for tennis training services at Cibubur Tennis Club. Similarly, price was also found to have a positive and significant effect on purchasing decisions. Furthermore, location also positively and significantly influences purchasing decisions. Thus, it can be concluded that all three independent variables—social media marketing, price, and location—significantly affect the purchasing decisions for tennis training services at Cibubur Tennis Club. These findings are expected to provide practical insights for Cibubur Tennis Club in optimizing its marketing strategies.

Keywords: Social Media Marketing, Price, Location and Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL -----	i
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS -----	ii
HALAMAN PENGESAHAN THESIS -----	iii
KATA PENGANTAR -----	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI -----	v
ABSTRAK -----	vi
ABSTRACT -----	vii
DAFTAR ISI -----	viii
DAFTAR TABEL -----	x
DAFTAR GAMBAR -----	xi
DAFTAR LAMPIRAN -----	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang -----	1
1.2 Rumusan masalah -----	10
1.3 Tujuan Penelitian -----	11
1.4 Manfaat Penelitian -----	11
1.5 Ruang Lingkup Penelitian -----	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	
2.1 Social Media Marketing -----	13
2.2 Persepsi Harga -----	16
2.3 Lokasi -----	18
2.4 Keputusan Pembelian -----	19
2.5 Penelitian Terdahulu -----	20
2.6 Kerangka Pemikiran -----	23
2.7 Pengembangan Hipotesis -----	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian -----	28
3.2 Definisi Variabel Operasional -----	28
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian -----	31
3.4 Populasi dan Sampel -----	31

3.5 Pengumpulan Data -----	32
3.6 Teknik Analisis Data -----	34
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	
4.1 Karakteristik Responden -----	37
4.2 Analisis Deskriptif -----	38
4.3 Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian -----	39
4.4 Pembahasan -----	47
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan -----	55
5.2 Rekomendasi -----	55
5.3 Keterbatasan Penelitian -----	57
5.3 Rekomendasi Penelitian Selanjutnya -----	57
DAFTAR PUSTAKA -----	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pre-Survei Penelitian -----	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu -----	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel -----	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden -----	36
Tabel 4.2 Tabel Convergent Validity -----	38
Tabel 4.3 Tabel Nilai Discriminant Validity (Cross Loading) -----	40
Tabel 4.4 Composte Reliability -----	41
Tabel 4.5 Nilai R-Square -----	41
Tabel 4.6 Tabel F-Square -----	42
Tabel 4.7 Uji Q-Square (Predictive Relevance) -----	43
Tabel 4.8 Uji Signifikansi -----	43
Tabel 4.9 Uji Pengaruh Langsung -----	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alasan Orang Melakukan Olahraga -----	1
Gambar 1.2 Frekuensi Olahraga/Minggu Berdasarkan Gender -----	2
Gambar 1.3 Ukuran Ekonomi Olahraga Berdasarkan Jenis Pendapatan -----	4
Gambar 1.4 Jenis Jasa Olahraga yang dibayar Masyarakat -----	5
Gambar 1.5 Social Media yang Sering Digunakan di Indonesia -----	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran -----	24
Gambar 4.1 Nilai Loading Factor -----	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	60
Lampiran II Karakteristik Responden.....	64
Lampiran III Screenshot	68
Lampiran IV Nilai Tabel	69