

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN MELALUI MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Study Kasus pada bengkel UQ Jaya Mobil)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1)

Program Studi Manajemen



**Ach. Riang Ahsanulchuluqi
1361003**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
PGRI DEWANTARA
JOMBANG
2017**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN MELALUI MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Study Kasus pada bengkel UQ Jaya Mobil)**

S K R I P S I

Yang diajukan oleh:

Ach. Riang Ahsanul Chuluqi

1361003

telah disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Erminati P, S.T., M.S.M

Tanggal,.....21 - 10.....2017

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN MELALUI MEDIA
SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Study Kasus pada bengkel UQ Jaya Mobil)**

SKRIPSI

**Yang diajukan oleh:
Ach. Riang Ahsanul Chuluqi
1361003**

Telah dipertahankan di depan Dosen Penguji
pada tanggal 19 November 2017

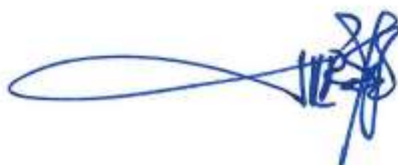
Dosen Pembimbing

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II



Erminati P, S.T., M.S.M



Indra Kurniawan, S.Sos, M.M



Nuri Purwanto, S.ST., M.M

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana

Tanggal.....

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)

PGRI DEWANTARA

Ketua,



Dra. Yuniap Mujati Suaidah, M. Si

NIP. 19670310 1993 2 082

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ach. Riang Ahsanulchuluqi
NIM : 1361003
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Study Kasus pada UQ JAYA MOBIL)

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jombang, 19 November 2017

Pembuat Pernyataan,

 
Ahsanulchuluqi
NIM 1361003

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT atas rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul PENGARUH PROMOSI PENJUALAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Study Kasus pada bengkel UQ Jaya Mobil).

Selama ini penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat di atasi berkat bantuan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dra. Yuniep Mujati S, M Si selaku ketua STIE PGRI Dewantara Jombang.
2. Ibu Erminati P,S.T.,M.S.M selaku dosen pembimbing yang telah menyumbangkan tenaga, pikiran untuk membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Nurul Hidayati, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE PGRI Dewantara Jombang.
4. Bapak Nuri Purwanto, S.ST., MSM selaku Penguji I yang sudah memberikan arahan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan sesuai ketentuan yang berlaku.
5. Bapak Indra Kurniawan, S.Sos, M.M selaku Penguji II yang sudah memberikan arahan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan sesuai ketentuan yang berlaku
6. Bapak/Ibu dosen STIE PGRI Dewantara Jombang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan.
7. Ayah dan Ibu tercinta atas jasa-jasanya, kesabaran, do'anya dan tidak pernah lelah dalam mendidik, memberi cinta yang tulus dan ikhlas kepada penulis

sejak kecil serta *support*-nya yang begitu besar kepada penulis sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan tepat waktu.

8. Teman – temanku Manajemen B 2013 yang tak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baiknya dan memberikan berkah kepada kita semua. Amien.

Jombang, Oktober 2017

Penulis

DAFTAR ISI

Sampul	i
Lembar Persetujuan.....	ii
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Pernyataan Keaslian Penelitian.....	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Abstrak	xi
Abstract	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Batasan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	8
2.2.2 Promosi Penjualan.....	11
2.2.3 Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>).....	13
2.2.4 <i>Social Media</i>	15
2.2.5 Perilaku Konsumen	18
2.2.6 Keputusan Pembelian Konsumen	21
2.2.7 Hubungan Antara Promosi Penjualan melalui Media Sosial “ <i>Facebook</i> ” dengan Keputusan Pembelian Konsumen.....	24
2.3 Kerangka Konseptual	25

2.4 Hipotesis	26
---------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	27
3.2 Definisi Operasional	27
3.3 Skala Pengukuran	30
3.4 Populasi dan Sampel.....	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.6 Uji Instrumen.....	33
3.7 Teknik Analisis Data	36
3.7.1 Analisis Deskriptif	36
3.7.2 Analisis Regresi Sederhana.....	37
3.8 Pengujian Hipotesis dengan uji parsial.....	38
3.9 Koefisien Diterminasi (R^2)	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.1.2 Karakteristik Responden.....	41
4.1.3 Analisis Deskriptif	42
4.1.4 Analisis Regresi Sederhana.....	44
4.1.5 Pengujian Hipotesis Dengan Uji t.....	45
4.1.6 Koefisien Determinasi (R^2)	46
4.2. Pembahasan	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	49
5.2. Saran.....	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data <i>follower Facebook</i> bengkel UQ Jaya Mobil bulan Maret-Mei 2017	4
Tabel 1.2	Data konsumen bengkel UQ Jaya Mobil bulan Maret-Mei 2017	5
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1	Opeasional Variabel.....	29
Tabel 3.2	Hasil Pengujian Validitas.....	35
Tabel 3.3	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Promosi Penjualan melalui Media Sosial (X).....	42
Tabel 4.4	Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	43
Tabel 4.5	Hasil Regresi Linier Sederhana	45
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji t	46
Tabel 4.7	Nilai Determinasi (R^2)	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistic Pengguna Sosmed di Indonesia.....	2
Gambar 2.1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	22
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	25

ABSTRAK

“Pengaruh Promosi Penjualan Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian”. (Study Kasus pada bengkel UQ Jaya Mobil)

Oleh:

Ach. Riang Ahsanulchuluqi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan bahwa promosi penjualan melalui media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada bengkel UQ Jaya Mobil . Penelitian ini termasuk penelitian penjelasan/eksplanasi (*explanatory research*) menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui informasi bengkel UQ Jaya Mobil melalui media sosial *facebook*. Sample yang digunakan yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa bengkel UQ Jaya Mobil sebanyak 157 responden. Desain sampel penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling (Purposive sampling)*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan datanya dengan angket, wawancara, dokumentasi dan obeservasi. Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi penjualan melalui media sosial *facebook* dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam memilih bengkel UQ Jaya Mobil. Semakin tinggi daya tarik promosi enjualan melalui media sosial *facebook*, maka semakin tinggi pula keputusan konsumen memilih bengkel pada UQ Jaya Mobil.

Kata Kunci: Promosi penjualan melalui media sosial *facebook* dan keputusan pembelian

ABSTRACT

"The Influence of Sales Promotion Through Social Media Against Purchase Decision". (Case Study at UQ Jaya Mobil workshop)

By:

Ach. Riang Ahsanulchuluqi

This study aims to analyze and explain that sales promotion through social media influence on purchasing decisions at UQ Jaya Mobil shop. This research includes explanatory research using quantitative approach. The population in this study are consumers who know the information shop UQ Jaya Mobil through social media facebook. Sample used is the consumer who ever used the services of UQ Jaya Mobil shop as many as 157 respondents. The sample design of this research using nonprobability sampling method (Purposive sampling). Sources of data used in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques with questionnaires, interviews, documentation and obeservasi. Measurement scale used is likert scale. Data analysis technique used is simple linier regression analysis. Based on the results of research shows that the promotion of sales through social media facebook can improve consumer purchasing decisions in choosing the workshop UQ Jaya Mobil. The higher the attractiveness of sales promotion through social media facebook, the higher the decision consumers choose the workshop on UQ Jaya Mobil.

Keywords: Promotion of sales through social media facebook and purchasing decisions