

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN SUASANA TOKO
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi kasus pada Pengunjung KD KEN 3)

SKRIPSI

RONALDO SAPUTRA

2112000334



**SKRIPSIINI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA

JAKARTA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Pengunjung KD KEN 3)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 6 September 2019



RONALDO SAPUTRA

NPM 2112000334

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada Pengunjung KD KEN 3)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Irfan Arif Husen S. Sos., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

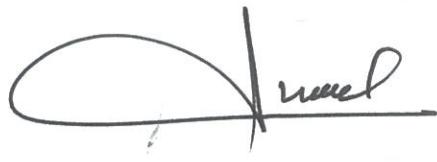
Jakarta, Agustus 2019

Pembimbing



Irfan Arif Husen S. Sos., MM

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro, M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey pada Pengunjung KD KEN 3)

Telah diuji dalam suatu bidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 19 september 2019 dengan nilai **B**

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Prodi S-1 Manajemen)
2.  : Irfan Arif Husen S. Sos., MM
(Pembimbing)
3.  : Drs. Budiono.M.Sc
(Penguji I)
4.  : Lina Noersanti S.SI.M.SI
(Penguji II)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak berupa moril maupun materil, maka dari itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Irfan Arif Husen S. Sos., MM selaku dosen pembimbing terbaik yang telah memberikan saran, petunjuk dan arahan dengan penuh kesabaran dan pengertian dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Budiono, M.Sc dan Ibu Lina Noersanti S.SI.M.SI selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang
3. Bapak Drs. Ridwan Marongrong, M.Sc selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama menyelesaikan studi.
6. Terimakasih kepada Allah SWT dan segenap keluarga tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dan dukungan secara moril dan materil sehingga penulis menjadi semangat dan termotivasi dalam mengerjakan skripsi ini.
7. Segenap pegawai yang bekerja di KD KEN 3 yang telah membantu penulis dalam memperoleh segala bentuk data yang penulis perlukan.
8. Teman-teman STEI yang sama-sama melalui proses dari awal sampai akhir, yang selalu memberikan semangat selalu mendengarkan keluh kesah penulis

- baik masalah skripsi ataupun pribadi yang lain, serta membantu mendoakan sehingga skripsi ini berjalan dengan lancar.
9. Segenap rekan yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan seluruh responden yang sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
 10. Serta semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan atau kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini. Sekiranya Allah SWT yang dapat membalas segala budi baik yang telah penulis terima ini. Akhir kata penulis mengucapkan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa/i STEI pada khususnya.

Jakarta, September 2019

Ronaldo Saputra

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Ronaldo Saputra
NPM	:	2112000334
Program Studi	:	Strata 1 - Manajemen
Jenis Karya	:	Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Pengunjung KD KEN 3)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : September 2019

Yang Menyatakan,

Ronaldo Saputra

Ronaldo Saputra
NPM : 2112000334
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Irfan Arif Husen S. Sos., MM

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN SUASANA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pengaruh media social dan suasana toko terhadap keputusan pembelian pelanggan di toko KD KEN 3.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian data primer melalui kuesioner, yang diukur dengan menggunakan metode berbasis regresi linier berganda dengan SPSS 23.0. Populasi dari penelitian ini adalah para Pelanggan KD KEN 3 yang terletak di Thamrin City. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 117 responden, dan lembar kuesioner disebar secara langsung. Kuesioner ini diuji dengan uji validitas dan realibilitas sebelum penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial dan suasana toko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Media Sosial, Suasana Toko dan Keputusan Pembelian

Ronaldo Saputra
NPM : 2112000334
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing:
Irfan Arif Husen S. Sos., MM

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA AND STORE ATMOSPHERE AGAINST THE PURCHASE DECISION

ABSTRACT

This study aims to examine whether the influence of social media and store atmosphere on customer purchasing decisions at the KD KEN 3 store.

This study uses primary data research through questionnaires, which are measured using multiple linear regression based methods with SPSS 23.0. The population of this study is KD KEN 3 Customers located in Thamrin City. The sample used in this study was 117 respondents, and the questionnaire sheet was distributed directly. This questionnaire was tested with a validity and reliability test before the study.

The results of this study indicate that social media and store atmosphere have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Social Media, Store Atmosphere, and Purchase Decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	8
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pengertian Manajemen	13
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2.2.3 Pengertian Pemasaran	15
2.2.4 Pengertian Bauran Pemasaran	16
2.2.5 Pengertian Bauran Ritel	19
2.2.6 Pengertian Promosi	20
2.2.6.1 Bauran Komunikasi	21
2.2.6.2 Media Sosial.....	21

2.2.6.3 Manfaat Media Sosial	22
2.2.7 Suasana Toko	24
2.2.8 Perilaku Konsumen	26
2.2.8.1 Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan	27
2.2.9 Keputusan Pembelian	28
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	29
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	30
2.4.1 Pengaruh Media Sosial terhadap Proses Keputusan Pembelian	30
2.4.2 Pengaruh Suasana Toko terhadap Proses Keputusan Pembelian	31
2.4.3 Pengaruh Sosial Media dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian	33
 BAB III METODE PENELITIAN	 34
3.1 Strategi Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.2.1 Populasi Penelitian	34
3.2.2 Sampel Penelitian	35
3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data	36
3.3.1 Data Penelitian	36
3.3.2 Instrumen Pengumpulan Data	37
3.3.2.1 Uji Validitas	38
3.3.2.2 Realibilitas	38
3.4 Operasional Variabel	39
3.5 Metoda Analisis Data	40
3.5.1 Statistik Deskriptif	40
3.5.2 Uji Hipotesis	41
3.5.2.1 Uji Koefisien Determinasi	41
(a) Uji Parsial (t test).....	41

(b) Uji Simultan (F test)	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Data Umum	44
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.2 Deskriptif Objek Penelitian	45
4.2 Hasil Analisis Data.....	46
4.2.1 Uji Kualitas Data	46
4.2.1.1 Uji Validasi	46
4.2.1.2 Uji Realibilitas.	48
4.2.2 Statistik Deskriptif	49
4.2.3 Uji Hipotesis	50
4.2.3.1 Uji Koefisien Determinasi R ²	50
4.2.3.2 Uji Parsial (Uji t).....	51
4.2.3.3 Uji Simultan (Uji f)	52
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	53
4.3.1 Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian.....	53
4.3.2 Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.3.3 Pengaruh Media Sosial dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
BAB V SIMPULAN	56
5.1 Simpulan	56
5.2 Saran.....	57
5.2 Keterbatasan Penelitian	58
DAFTAR REFERENSI	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Jumlah Pertumbuhan Usaha di Bidang Fashion Thamrin City	3
Tabel 1.2 Tabel Data Penjualan Produk di KD Ken 3	6
Tabel 3.1 Kriteria Pengukuran Instrumen Penelitian.....	31
Tabel 3.2 Kriteria Indeks Reabilitas.....	38
Tabel 3.3 Keterangan Variabel beserta Indikatornya dengan Skala Penelitian	39
Tabel 4.1 Daftar Distribusi Kuesioner	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X ₁)	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Toko (X ₂).....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif.....	49
Tabel 4.8 Hasil Analisi Koefisien Determinasi	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Parsial (Uji t)	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Penjualan seluruh KD Ken Group 2017	5
Gambar 1.2 Perbandingan Target Penjualan dengan Realisasi Bulan Januari s/d Bulan Juni 2019	7
Gambar 2.1 Hipotesis Penelitian.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden	68
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	71
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X_1)	72
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Suasana Toko (X_2).....	73
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas	74
Lampiran 7 Hasil Analisis Deskriptif	77
Lampiran 8 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi	77
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	77
Lampiran 10 Biodata Diri	78