

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, PROMOSI, DAN
PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN
DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA MIKRO DI MASA
PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus pada Pancong Kuyyy Pasar Minggu)**

SKRIPSI

**CHEALSY NAOMI LARAS SIANTURI
21160560402**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, PROMOSI, DAN
PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN
DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA MIKRO DI MASA
PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus pada Pancong Kuyyy Pasar Minggu)**

SKRIPSI

**CHEALSY NAOMI LARAS SIANTURI
21160560402**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul:

**“PENGARUH MEDIA SOSIAL, PROMOSI, DAN PENERAPAN
PROTOKOL KESEHATAN DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA MIKRO DIMASA PANDEMI COVID-19”**

(Studi kasus pada konsumen Pancong Kuyyy Pasar Minggu)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) 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 kemudian hari dapat di buktikan bahwa terdapat unsur tiruan, diduplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang undangan yang berlaku.

Jakarta, 10 Februari 2021



Chealsy Naomi
21160560402

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya Ilmiah dengan judul:

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, PROMOSI, DAN PENERAPAN
PROTOKOL KESEHATAN DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA MIKRO DIMASA PANDEMI COVID-19**

(Studi kasus pada konsumen Pancong Kuyyy Pasar Minggu)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Ibu Imelda Aprileny, SE., ME. 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, 10 Februari 2021

Pembimbing



Imelda Aprileny, SE., ME.

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Muhammad Ramaditya, BBA, M. Sc #50/04/2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, PROMOSI, DAN PENERAPAN
PROTOKOL KESEHATAN DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA MIKRO DIMASA PANDEMI COVID-19**

(Studi kasus pada konsumen Pancong Kuyyy Pasar Minggu)

Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Prodi S-1
Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 26 Februari
2021 dengan nilai A

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  : Muhammad Ramaditya, BBA, M. Sc
(Kepala Prodi S-1 Manajemen)

2.  : Imelda Aprileny, SE., ME.
(Dosen Pembimbing)

3.  : Indra Sakti, SE., MM., Dr
(Anggota Penguji)

4.  : Irfan Polem, SE., MM
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME atas berkat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat di selesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis sampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Imelda Aprileny, SE., ME. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pemikiran nya untuk membantu kelancaran skripsi ini
2. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, M. Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia (STEI)
3. Dr. Indra Sakti, SE., MM
4. Irfan Polem, SE., MM
5. Bapak Drs. Ridwan Maronrong MSc. Selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI)
6. Seluruh Dosen dan Staf Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus memberikan pendidikan dan pengajaran kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan
7. Pihak Usaha Mikro Pancong Kuyyy yang telah memberikan izin peneliti dan banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
8. Kedua orang tua tercinta (Bapak Sabar Sianturi dan Ibu Deitje Sampel) yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam keadaan apapun, baik moril maupun materil serta doa dan motivasi agar penulis bisa menyelesaikan kuliah tepat waktu.

9. Kakak dan abang tercinta Mardiana Inri Sianturi, Freddy Agustinus yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan membantu dalam mengerjakan skripsi.
10. Seluruh sahabat peneliti (Calvin, Kak Tami, Dewi Ayu, Liana Fajriati, Mega, Diana, Eri, Kak Ratna) yang selalu memberikan semangat, dukungan dan motivasi untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman teman kelas E angkatan 2016 manajemen yang telah menjadi teman seperjuangan.
12. Semua pihak yang mendukung yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak bantuan, dukungan dan saran.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 10 Februari 2021



Chealsy Naomi
21160560402

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama	: Chealsy Naomi Laras Sianturi
NPM	: 21160560402
Program Studi	: S-1 Manajemen
Jenis Karya	: Skripsi

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

**“PENGARUH MEDIA SOSIAL, PROMOSI, DAN PENERAPAN
PROTOKOL KESEHATAN DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA USAHA MIKRO DIMASA PANDEMI COVID-19”
(Studi kasus pada konsumen Pancong Kuyyy Pasar Minggu)**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di	: Jakarta,
Pada Tanggal	: 10 Februari 2021

Yang Menyatakan,



Chealsy Naomi Laras Sianturi

Nama: Chealsy Naomi Laras Sianturi NPM: 21160560402 : 21160560402 Program S1 – Manajemen	Dosen Pembimbing Ibu Imelda Aprileny, SE., ME
PENGARUH MEDIA SOSIAL, PROMOSI, DAN PENERAPAN PROTOKOL KESEHATAN DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA MIKRO DIMASA PANDEMI COVID-19 (Studi kasus pada konsumen Pancong Kuyyy Pasar Minggu)	
ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial, promosi dan penerapan protocol kesehatan terhadap keputusan pembelian pada Usaha Mikro Pancong Kuyyy. Penelitian ini menggunakan strategi penelitian asosiatif pendekatan kuantitatif, yang diukur dengan menggunakan metode koefisien determinasi, uji asumsi klasik dan regresi linear berganda dengan SPSS 22.00 Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen pada Usaha Mikro Pancong Kuyyy. <i>Sampling</i> Ditentukan berdasarkan metode <i>random probability sampling</i>, dengan jumlah sampel 75 responden. Teknik pengupulan data menggunakan kuesioner dan kepustakaan. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan uji f. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial media sosial dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penerapan protokol kesehatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan media sosial, promosi dan penerapan protokol kesehatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Usaha Mikro Pancong Kuyyy)	
<i>Kata kunci : Media Sosial, Promosi, Protokol Kesehatan, Keputusan Pembelian</i>	

Name : Chealsy Naomi Laras Sianturi NPM : 21160560402 Study Program S1 – Management	Supervisor Mrs Imelda Aprileny, SE., ME
EFECT OF SOCIAL MEDIA, PROMOTION, AND THE IMPLENTATION OF HEALTH PROTOCOL IN IMPROVING PURCHASE DECISIONS ON MICRO ENTERPRISES DURING THE PANDEMIC OF COVID-19 (Studies on consumers Pancong Kuyyy)	
<i>ABSTRACT</i> This study aims to determine how much the effect of social media, promotion and implementation of health protocols on purchasing decisions at Pancong Kuyyy Mikro Enterprises This study used an associative research strategy with a quantitative approach, which was measured using the coefficient of determination method, classical assumption test and multiple linear regression with SPSS 22.00. The population of this study were all consumers of Pancong Kuyyy Mikro Enterprises. Sampling Determined based on the random probability sampling method, with a sample size of 75 respondents. The data collection technique used a questionnaire and literature. Hypothesis testing using the t test and f test. The results of the study prove that partially social media and promotion have a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, the application of health protocols has no significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, social media, promotion and application of health protocols have a significant effect on purchasing decisions (study on Pancong Kuyyy Mikro Enterprises consumers) <i>Keywords: Social Media, Promotion, Health Protocol, Purchase Decisions</i>	

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN	 xvi
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 7
2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2. Landasan Teori	13
2.2.1. Pengertian Pemasaran	13
2.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	14
2.2.3. Bauran Pemasaran.....	14

2.2.4. Media Sosial	15
2.2.4.1. Pengertian Media Sosial.....	15
2.2.4.2. Jenis-Jenis Media Sosial	15
2.2.4.3. Indikator Media Sosial	15
2.2.5. Promosi.....	17
2.2.5.1. Pengertian Promosi	15
2.2.5.2. Tujuan Promosi	15
2.2.5.3. Bauran Promosi	15
2.2.5.4. Indikator Promosi	15
2.2.6. Pengertian Protokol Kesehatan	19
2.2.6.1. Prinsip Umum Protokol Kesehatan.....	20
2.2.6.2. Indikator Protokol Kesehatan	22
2.2.7. Keputusan Pembelian.....	23
2.2.7.1. Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.2.7.2. Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	23
2.2.7.3. Indikator Keputusan Pembelian.....	23
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	25
2.3.1. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian	25
2.3.2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.3. Pengaruh Penerapan Protokol Kesehatan terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4. Pengembangan Hipotesis	26
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian.....	27
 BAB III METODA PENELITIAN	28
3.1. Strategi Penelitian.....	28
3.2. Populasi dan Sampel	28
3.2.1. Populasi Penelitian.....	28
3.2.2. Sampling Dan Sampel Penelitian.....	29
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	29
3.3.1. Jenis Data	29
3.3.1.1. Data Primer	29
3.3.1.2. Data Sekunder	30

3.3.2.	Sumber Data	30
3.4.	Operasionalisasi Variabel.....	32
3.4.1.	Variabel Eksogen	33
3.4.2.	Variabel Endogen.....	33
3.5.	Metoda Analisis Data.....	35
3.5.1.	Uji Instrumen Penelitian.....	35
3.3.5.1.	Uji Validitas	35
3.3.5.2.	Uji Reliabilitas.....	36
3.5.2.	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.2.1.	Uji Normalitas	36
3.5.2.2.	Uji Multikolinearitas	36
3.5.2.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	37
3.5.2.4.	Uji Autokorelasi	37
3.5.3.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.5.4.	Analisis Koefisien Determinasi Parsial	38
3.5.5.	Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	38
3.6.	Pengujian Hipotesis	38
3.6.1.	Uji t (Uji Parsial).....	39
3.6.2.	Uji F (Pengujian Secara Simultan).....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		41
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.1.1.	Visi dan Misi Pancong Kuyyy Pasar Minggu	41
4.2.	Deskripsi Responden	42
4.3.	Deskripsi Data	43
4.4.	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	45
4.4.1.	Uji Validitas.....	45
4.4.2.	Uji Reliabilitas	47

	Halaman
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	49
4.5.1. Uji Normalitas	49
4.5.2. Uji Multikolinearitas	50
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas	51
4.5.4. Uji Autokorelasi.....	51
4.6. Analisis Statistik Data.....	52
4.6.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
4.6.2 Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	54
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	56
4.6.4. Uji Hipotesis	56
4.6.4.1. Pengujian Hipotesis Parsial.....	56
4.6.4.2. Pengujian Hipotesis Simultan.....	58
4.7. Temuan Hasil Penelitian	58
4.7.1. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.7.2. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.7.3. Pengaruh Penerapan Protokol Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian	60
4.7.4. Pengaruh Bersama Media Sosial, Promosi dan Penerapan Protokol	
Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1. Simpulan	61
5.2. Saran	62
DAFTAR REFERENSI.....	63
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.2 Data Penjualan Pancong Kuyyy Periode Desember 2019 – Agustus 2020	4
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 3.2 Indikator Media Sosial.....	33
Tabel 3.3 Indikator Promosi	34
Tabel 3.4 Indikator Penerapan Protokol Kesehatan	34
Tabel 3.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.2 Usia Responden	42
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	43
Tabel 4.4 Validitas instrumen perbutir untuk Media Sosial	46
Tabel 4.5 Validitas instrumen perbutir untuk Promosi	46
Tabel 4.6 Validitas instrumen perbutir untuk Penerapan Protokol Kesehatan	46
Tabel 4.7 Validitas instrumen perbutir untuk Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.8 Pengujian Reliabilitas variabel Media Sosial.....	47
Tabel 4.9 Pengujian Reliabilitas variabel Promosi.....	48
Tabel 4.10 Pengujian Reliabilitas variabel Penerapan Protokol Kesehatan	48
Tabel 4.11 Pengujian Reliabilitas variabel Keputusan Pembelian	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	49
Tabel 4.13 Hasil Uji One Sample Kolmogrove - Smirnov	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi.....	52

Tabel 4.17 Tabel Durbin Watson	52
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	54
Tabel 4.20 Koefisien Determinasi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi Penerapan Protokol Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.22 Koefisien Determinasi Berganda	56
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis Secara Berganda	56
Tabel 4.24 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Usaha Mikro Di Indonesia Tahun 2010 - 2018.....	1
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	27
Gambar 4.1 Diagram Skala Likert Variabel X1	43
Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Variabel X2	44
Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Variabel X3	44
Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Variabel Y	45
Gambar 4.5 Grafik Uji Normalitas	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	65
Lampiran 2. Data Responden Dan Angket Penelitian.....	66
Lampiran 3. Skor Variabel Media Sosial.....	70
Lampiran 4. Skor Variabel Promosi.....	71
Lampiran 5. Skor Variabel Penerapan Protokol Kesehatan.....	73
Lampiran 6. Skor Variabel Keputusan Pembelian	74
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial	76
Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	77
Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel Penerapan Protokol Kesehatan	78
Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	78
Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial	79
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi	79
Lampiran 13. Hasil Uji Reliabilitas Penerapan Protokol Kesehatan	80
Lampiran 14. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	80
Lampiran 15. Koefisien Korelasi Parsial Dan Berganda	81
Lampiran 16. Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas	83
Lampiran 17. Grafik Uji Normalitas	83
Lampiran 18. Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinearitas.....	84
Lampiran 19. Uji Asumsi Klasik Uji Heteroskedastisitas	84
Lampiran 20. Uji Asumsi Klasik Uji Autokorelasi	84
Lampiran 21. Durbin Watson	85
Lampiran 22. Regresi Linear Berganda	85
Lampiran 23. Surat Riset Penelitian.....	86
Lampiran 23. Daftar Riwayat Hidup Peneliti	87