

**PENGARUH TESTIMONI, SOSIAL MEDIA, DAN FANATISME
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDY PADA PRODUK UMKM FREZZ
CHICKEN CIKARANG)**

SKRIPSI



**OLEH:
QURROTUL UYUN
NIM : 112010704**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**PENGARUH TESTIMONI, SOSIAL MEDIA, DAN FANATISME
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDY PADA PRODUK UMKM FREZZ
CHICKEN CIKARANG)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH:
QURROTUL UYUN
NIM : 112010704

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama : Qurrotul Uyun
Nim : 112010704
Konsentrasi : Kewirausahaan
Angkatan : 2020
Judul Skripsi : Pengaruh Testimoni, Sosial Media, Dan Fanatisme Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian (Study Pada Produk UMKM Frezz Chicken Cikarang)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 12 April 2024

Pembimbing,



Dr. RR.Wening Ken Widodasih, SH., M.M.
NIDN : 0413056903

SKRIPSI

***PENGARUH TESTIMONI, SOSIAL MEDIA DAN FANATISME
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDY PADA PRODUK UMKM FREZZ CHICKEN CIKARANG)***

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Qurrotul Uyun
112010704

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Sabtu, tanggal 27, bulan Juli, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji
Indra Permana, S.Sos., M.M.

NIDN: 0424027803

Tanda Tangan



.....

Anggota Penguji
Wachid Hasyim, S.E., M.M.
NIDN: 0411118901

Tanda Tangan



.....

Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.
NIDN : 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.
NIDN : 040606840

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Qurrotul Uyun
NIM : 112010704
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri yang belum disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program sarjana ini ataupun pada program lain. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggung jawaban berada di pundak saya.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagai mestinya.

Bekasi, 12 April 2024



Qurrotul Uyun
112010704

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan mintalah pertolongan dengan sabar dan sholat” (Q.S Al-Baqarah: 45)

“Sesungguhnya kami adalah milik Allah, dan sesungguhnya kepada-Nya kami akan kembali”

(Q.S Al-Baqarah:156)

“Tidak ada manusia yang sempurna. Belajar lapang, belajar tenang, belajar memaafkan, akan selalu ada yang mengecewakan bukan karna dia jahat tapi karna dia manusia”

-Someone Talk

"If you don't go after what you want, you'll never have it. And if you don't ask, the answer is always no. Also if you don't step forward, you're always in the same place."

– Nora Roberts

“Don't hear what you don't need to heard, don't see what you don't need to seen and don't find out what you don't need to know”

-Someone Talk

“Don't be a girl with just a pretty face. Be the women with everything- beauty, brains and money. Be the successful and independent woman that these girls can't mess with, and these boys can't touch.”

-Someone Talk

Karya ini saya persembahkan :

- Pintu surgaku, ibunda Hj Mariam, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta do'ahingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
- Superhero dan panutanku sekaligus cinta pertama dalam hidup penulis in memoriam, ayahanda H Mubaroq, terima kasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis, beliau belum sempat melihat anaknya wisuda. Namun selamanya akan selalu ada dihati penulis yang akan selalu penulis kenang, beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
- Kepada kedua adik saya yaitu iif dan anak bayi baim, juga kepada sahabat saya Kardila Rikasari yang telah menemani selama ini serta sahabat-sahabat saya yang lain yaitu Rosita Dewi Haryani, Nurazizah, Ai Siti Rokayah, dll terima kasih telah memberi warna dalam hidup saya.
- Bapak dan ibu dosen yang telah memberikan pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.
- Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras, dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apa pun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri. Diri ini memang bukan manusia yang sempurna tetapi selalu berusaha menjadi yang terbaik.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul "Pengaruh Testimoni, Social Media, Dan Fanatisme Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian". Penyusunan Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa (UPB).

Penyusun menyadari bahwa Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera, S.K.M.,M.M.,D.B.A. sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
2. Ibu Preatmi Nurastuti,S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moral maupun materi kepada penulis.
3. Ibu Yunita Ramadhani RDS, S.E. M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat Menulis Skripsi Mahasiswa.
4. Ibu Dr. RR.Wening Ken Widodasih.,SH.,MM. Selaku Pembimbing Utama yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
5. Bapak atau Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati dan membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Skripsi ini.
6. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan
7. yang tidak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semanya dengan

menempatkan keduanya pada Jannah-Mu bersama orang-orang beriman.
Aamiin Yaa Rabbal 'alamiin.

8. Teman-teman Angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas keakraban, diskusi, saran, dan semangat yang diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama di masa perkuliahan.
9. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian Skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Skripsi ini. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga Skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmudi masa yang akan datang.

Bekasi, 12 April 2024
Penulis

Qurrotul Uyun

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACK.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Keputusan Pembelian	11
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Tahap-Tahap Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian	12
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian	14
2.1.4 Manfaat Keputusan Pembelian.....	15
2.2 Testimoni	15
2.2.1 Definisi Testimoni	15
2.2.2 Keunggulan Testimoni.....	17
2.2.3 Tolak Ukur Testimoni.....	18
2.3 Media Sosial.....	20
2.3.1 Definisi Media Sosial	20
2.3.2 Karakteristik Sosial Media.....	21
2.3.3 Macam-Macam Sosial Media	21
2.3.4 Pemanfaatan Sosial Media	22
2.3.5 Peran Sosial Media Dalam Dunia Bisnis	22
2.4 Fanatisme	24
2.4.1 Definisi Fanatisme	24
2.4.2 Aspek-aspek Fanatisme.....	27
2.4.3 Karakteristik Perilaku Fanatisme	27
2.4.4 Indikator Fanatisme.....	28
2.4.5 Ciri-Ciri Fanatisme	28
2.5 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	29
2.6 Hipotesis Dan Model Penelitian	38

2.6.1 Hipotesis	38
2.6.2 Model Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Dan Desain Penelitian	42
3.1.1 Jenis Penelitian.....	42
3.1.2 Desain Penelitian	42
3.1.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
3.1.4 Populasi Dan Sampel.....	50
3.2 Jenis, Sumber Data Dan Metode Pengambilan Data.....	52
3.2.1 Jenis Dan Sumber Data.....	52
3.2.2 Metode Pengumpulan Data	53
3.3 Metode Analisis Data	55
3.3.1 Uji Instrumen	55
3.3.2 Uji Hipotesis.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil Penelitian	62
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	62
4.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	63
4.2 Karakteristik Responden	63
4.2.1 Deskripsi Data	63
4.3 Analisis Data.....	65
4.3.1 Uji Validitas	65
4.3.2 Uji Reabilitas.....	68
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	69
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
4.4.1 Uji T.....	72
4.4.2 Uji F.....	73
4.4.3 Koefisien Determinasi	74
4.5 Interpretasi Data.....	75
BAB V PENUTUP	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Outlet-outlet Frezz Chicken	3
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	64
Tabel 4.2 Data Usia Responden.....	64
Tabel 4.3 Data Pendidikan Terakhir	65
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Pekerjaan.....	65
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Pekerjaan.....	65
Tabel 4.6 Uji Validitas Sosial Media	67
Tabel 4.7 Uji Validitas Fanatisme Pelanggan.....	67
Tabel 4.8 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.9 Uji Reabilitas	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.12 Hasil Uji t	73
Tabel 4.13 Anova.....	74
Tabel 4.14 Model Summary	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.2 Penghasilan Penjualan UMKM Chicken Sabana	4
Gambar 1.1 Penghasilan Penjualan UMKM Frezz Chicken.....	4
Gambar 2.1 Tahapan Pengambilan Keputusan	13
Gambar 2.2 Tahapan Pengambilan Keputusan	13
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	41
Gambar 2.4 Desain penelitian	43
Gambar 4.1 Kolmogorov-Smirnov Sumber data yang diolah, 2023	70
Gambar 4.2 Histogram Residual Sumber : Data SPSS yang telah diolah, 2023 ...	70
Gambar 4.3 Grafik Histogram Sumber : Data SPSS yang telah diolah, 2023	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	84
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	93
Lampiran 3 Hasil Kuesioner 100 Responden.....	99
Lampiran 4 Karakteristik Responden	100
Lampiran 5 Uji Validitas Dan Reabilitas	101
Lampiran 6 Uji Normalitas, Multikolinearitas Dan Heterokedastisitas.....	101
Lampiran 7 Uji Analisis Regresi Berganda Dan Uji T&F.....	101
Lampiran 8 Koefisien Determinasi.....	101
Lampiran 9 Similarity Index	101

***The Influence Of Testimonials, Social Media, And Customer Fanatism On
Purchasing Decision (Study On Frezz Products
Chicken Cikarang)***

Qurrotul Uyun¹⁾
Wening Ken Widodasih²⁾

Abstract

This research aims to investigate the influence of testimonials, activity on social media, and the level of customer fanaticism on purchasing decisions. The research methodology involved analysis of data from various sources, including questionnaires and literature reviews. The results are expected to provide in-depth insight into the factors that influence consumer behavior in the context of testimonials, social media and customer fanaticism, as well as their implications for purchasing decisions. The population and sample of this research used the Cikarang community with a total of 100 people. This research also uses SPSS IBM as a statistical calculation tool which includes: validity test, reliability, classical assumptions, normality, multicollinearity, heteroscedasticity test, multiple linear analysis, t test, F test and coefficient of determination. The results of the research obtained using the t test and F test show that testimonials have a positive and significant influence on purchasing decisions, social media has a positive influence on purchasing decisions, and customer fanaticism influences purchasing decisions. In the coefficient of determination test, it was found that the results showed that the R square value was 0.721, this means that the influence of variables X1, X2 and X3 simultaneously on variable Y was 72.1%.

Keywords: Testimonials, Social Media, Fanaticism And Purchasing Decisions.

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing

**PENGARUH TESTIMONI, SOSIAL MEDIA, DAN FANATISME
PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDY PADA PRODUK UMKM FREZZ
CHICKEN CIKARANG)**

Qurrotul Uyun¹⁾
Wening Ken Widodasih²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh testimoni, aktivitas di media sosial, dan tingkat fanatisme pelanggan terhadap keputusan pembelian. Metodologi penelitian melibatkan analisis data dari berbagai sumber, termasuk kuesioner dan tinjauan literatur. Hasilnya diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam konteks testimoni, media sosial, dan fanatisme pelanggan, serta implikasinya terhadap keputusan pembelian.

Populasi dan sampel dari penelitian ini menggunakan masyarakat Cikarang dengan jumlah 100 orang. Penelitian ini juga menggunakan SPSS IBM sebagai alat hitung statistik yang di dalamnya ada: uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, normalitas, multikolinieritas, uji heterokedastisitas, analisis linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian yang didapatkan dengan menggunakan uji t dan uji F menunjukkan bahwa testimoni berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, social media berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan fanatisme pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam uji koefisien determinasi didapatkan bahwa hasil diketahui nilai *R square* adalah 0,721 hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 72,1%.

Kata Kunci: Testimoni, Sosial Media, Fanatisme dan Keputusan Pembelian