

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS
PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUKET NAYCRAFT
BEKASI**

SKRIPSI



**OLEH :
OKTAVIA ANDANARA
NIM : 112011541**

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

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS
PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA BUKET NAYCRAFT
BEKASI**

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

SKRIPSI



OLEH :
OKTAVIA ANDANARA
NIM : 112011541

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Oktavia Andanara

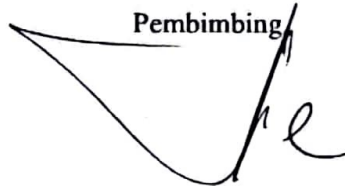
Nim : 112011541

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Instagram, Kualitas Pelayanan,
Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Pada Buket Naycraft Bekasi

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, 20 Juli 2024

Pembimbing



Dr. Asral, S.E.,M.M.

NIDN : 0417086706

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS PELAYANAN, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
BUKET NAYCRAFT BEKASI**

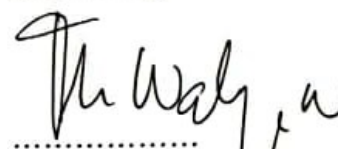
Dipersiapkan dan disusun oleh:
Oktavia Andanara
112011541

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

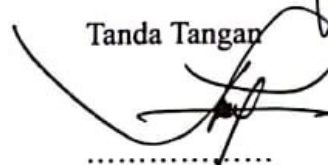
Ketua Penguji,
Tri Wahyu Wirjawan, S.E., M.M
NIDN: 0404046906

Tanda Tangan



Anggota Penguji
Army Cahya Putra Rustamaji, S.Pd., M.M
NIDN: 0409069102

Tanda Tangan



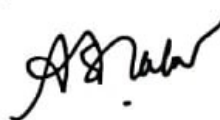
Ka. Prodi Manajemen



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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.
NIDN: 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Oktavia Andanara

NIM : 112011541

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini saya menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Universitas Pelita Bangsa sepenuhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

Bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang mengutip karya orang lain telah dituliskan sumbernya dengan jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Jika di kemudian hari ditemukan bahwa seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan merupakan hasil karya saya sendiri atau terdapat plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Bekasi, 15 Juli 2024



Tanda tangan

Oktavia Andanara

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Mintalah pertolong kepada Allah dengan sabar dan shalat”
(QS. Al-Baqarah (2) : 153)

“Menjadi *Independen Women*, yang tenang karena dengan ketenangan akan menjadikan lebih berkelas, jadilah wanita yang mampu menguasai emosi dan tetap berfikir logis serta lebih suka *observe* dari pada menjatuhkan harga diri”

“Orang lain tidak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success story* saja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun tidak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Jadi tetap berjuang ya”

Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Orang tua tercinta dan saudara saya yang selalu mendoakan, memberikan nasihat, dan selalu mendukung untuk lebih baik.
2. Semua teman saya yang telah memberikan semangat, saran dan dukungan dalam penyusunan Skripsi ini.
3. Untuk seseorang yang tidak bisa disebutkan namanya, yang memberikan semangat, dukungan serta selalu mendoakan saya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunianya penulisan yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Buket Naycraft Bekasi” ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Penulisan Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, bantuan, dukungan dan saran serta kerja sama dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada mereka khususnya:

1. Bapak Dr. Asral, S.E.,M.M. selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan bimbingan, kemudahan serta motivasi selama proses penyusunan Skripsi ini.
2. Tim Penguji yang telah berkenan dalam memberikan masukan untuk perbaikan dan penyelesaian Skripsi ini.
3. Ibu Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E.,M.Sc Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta staf yang telah memberikan rekomendasi dan memfasilitasi penulis untuk dapat menulis Skripsi.
4. Ibu Dr. Preatmi Nur Astuti, S.E.,MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun materi kepada penulis.
5. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera.,SKM.,MM.,D.B.A Selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang telah memberikan bimbingan, serta membagi ilmu pengetahuan untuk pengembangan keilmuan serta penyelesaian skripsi ini.

7. Orang tua tercinta, yang telah mengasuh, mendidik, dan membesarkan, dan mendoakan yang terbaik sehingga penulis penyusunan Skripsi ini berjalan dengan lancar. Semoga Allah SWT membalas semuanya
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 Staf Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa yang selalu memberikan kemudahan dan membantu dalam layanan administrasi perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian Skripsi.
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.
11. Untuk diri saya sendiri, Oktavia Andanara. Terima kasih telah berjuang hingga berada di titik ini, bisa terus semangat dan tidak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 15 Juli 2024

Penulis

Oktavia Andanara

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Manajemen	9
2.1.2 Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran	11
2.1.4 Keputusan Pembelian	12
2.1.5 Media Sosial Instagram	14
2.1.6 Kualitas Pelayanan	15
2.1.7 Kualitas Produk	17
2.2 Jurnal Terdahulu yang Relevan	21
2.3 Hipotesis Dan Model Penelitian	24
2.3.1 Hipotesis Penelitian	24
2.3.2 Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis, Waktu dan Desain Penelitian	28
3.1.1 Jenis Penelitian	28
3.1.2 Waktu Penelitian	28
3.1.3 Desain Penelitian	29
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
3.2.1 Definisi Operasional	30
3.2.2 Pengukuran Variabel	30
3.3 Metode Pengumpulan Data	33
3.4 Populasi Dan Sampel	34
3.4.1 Populasi	34

3.4.2 Sampel	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5.1 Jenis dan Sumber data	35
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	35
3.6 Metode Analisis	36
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	37
3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	37
3.6.2 Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum Penelitian dan Deskripsi Data	41
4.1.2 Deskripsi Data	43
4.1.3 Deskripsi Responden	43
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan :	44
4.2 Analisis Data	47
4.2.1 Uji Validitas	47
4.2.2 Uji Reabilitas	49
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	51
4.2.4 Analisis Refresi Linier Berganda	56
4.2.5 Uji Hipotesis	57
4.2.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.3 Pembahasan atau Interpretasi Data	59
4.3.1 Pengaruh Media Sosial Instagram Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian	59
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian	60
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian	60
BAB V PENUTUP	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	28
Tabel 3. 2 Deskriptif Operasional Variabel Penelitian	30
Tabel 3. 3 Pedoman Skala Likert	35
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Kuesioner	43
Tabel 4. 2 Data Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4. 3 Data Usia Responden	45
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Wilayah.....	45
Tabel 4. 5 Data Responden Pengguna Media Sosial Instagram.....	46
Tabel 4. 6 Data Responden Pernah Membeli Produk Buket Naycraft.....	46
Tabel 4. 7 Data Hasil Uji Validitas Media Sosial Instagram	47
Tabel 4. 8 Data Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4. 9 Data Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	49
Tabel 4. 10 Data Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	49
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Variabel Media Sosial Instagram	50
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	50
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	50
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4. 15 Data Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	53
Tabel 4. 16 Data Hasil Uji Multikolinieritas.....	54
Tabel 4. 17 Data Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser Coefficientsa.....	55
Tabel 4. 18 Data Analisis regresi linier berganda	56
Tabel 4. 19 Data Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)	57
Tabel 4. 20 Data Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan Buket Naycraft selama lima tahun terakhir	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian	27
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	29
Gambar 4. 2 Data Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	52
Gambar 4. 3 Data Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Mapping Jurnal Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	70
Lampiran 2. Lembar kuesioner	81
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	87
Lampiran 4. Data Tabulasi Kuesioner	90
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas	101
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas	107
Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	108
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis	111
Lampiran 9. Uji Regresi IInear Berganda	112
Lampiran 10. R Tabel	113
Lampiran 11. T Tabel.....	117
Lampiran 12. Daftar Riwayat hidup.....	118

***The Influence of Instagram Social Media, Service Quality, and Product Quality
on purchasing Decisions at Naycraft Bekasi***

Oktavia Andanara ¹⁾

Asral ²⁾

Abstract

The development of the bouquet creative industry has undergone transformation and innovation so that there are various variations of bouquet types. A drastic decline in sales occurred during the Covid-19 pandemic. Sales are carried out through Instagram social media with creative and interesting marketing strategies to reach consumers online. This study aims to find out the extent of the influence of Instagram social media and service quality on the purchase decision of Naycraft bouquet consumers in Central Cikarang, Bekasi district. The data collection method uses a questionnaire. This study has 80 respondents to be used as a sample, the number of samples is obtained from the calculation of the Slovin formula. The results of the data collection were then analyzed using the help of SPSS version 26. The data analysis technique used is quantitative. The analysis methods used are validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analyses, and hypothesis tests. Based on the results of all tests that have been carried out, all variables show that the T calculation is greater than the T table, which states that the hypothesis presented by the researcher is accepted, namely that there is a positive and significant influence between the variables of Instagram, social media, service quality, and product quality on the variables of purchase decision.

Keywords : Instagram Social Media, Service Quality, Product Quality, Purchasing Decisions

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing

**PENGHARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS
PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA BUKET NAYCRAFT BEKASI**

Oktavia Andanara ¹⁾

Asral ²⁾

ABSTRAK

Perkembangan industri kreatif buket telah mengalami transformasi dan inovasi sehingga terdapat beraneka ragam variasi jenis buket. Penurunan penjualan secara drastis terjadi selama masa pandemi Covid-19. Penjualan dilakukan melalui media sosial instagram dengan strategi pemasaran yang kreatif dan menarik untuk menjangkau konsumen secara online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh media sosial instagram, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen buket Naycraft di Cikarang Pusat kabupaten Bekasi. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Penelitian ini memiliki 80 responden untuk dijadikan sampel jumlah sampel tersebut diperoleh dari perhitungan rumus slovin . Hasil pengumpulan data selanjutnya di analisis dengan menggunakan bantuan SPSS versi 26. Teknik analisis data yang digunakan adalah kuantitatif. Metode analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil semua pengujian yang telah dilakukan semua variabel menunjukkan T hitung lebih besar dari T tabel, yang menyatakan bahwa hipotesis yang disampaikan oleh peneliti diterima yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Media Sosial Instagram, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Media Sosial Instagram, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing