

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, *E-WOM*, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi di Rumah Makan Bebek & Ayam Kampung Mas Budi Tambun Utara)**

SKRIPSI



OLEH :
YAZID RIDWAN ABDULLOH
NIM : 112011109

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

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, *E-WOM*, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi di Rumah Makan Bebek & Ayam Kampung Mas Budi Tambun Utara)**

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

SKRIPSI



OLEH :
YAZID RIDWAN ABDULLOH
NIM : 112011109

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing proposal penelitian :

Nama Mahasiswa : Yazid Ridwan Abdulloh
NIM : 112011109
Judul Proposal : Pengaruh Media Sosial, *E-WOM*, dan Citra Merek
terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bebek &
Ayam Kampung Mas Budi Tambun Utara

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, 30 Juli 2024

Pembimbing

Supartono., SE.,MM.
0422066705

SKRIPSI

***PENGARUH MEDIA SOSIAL, E-WOM, DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI DI RUMAH MAKAN BEBEK DAN
AYAM KAMPUNG MAS BUDI TAMBUN UTARA)***

Dipersiapkan dan disusun oleh:
Yazid Ridwan Abdulloh
112011109

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
Nining Yuningsih, S.Pd., M.M
NIDN: 0420038207

Tanda Tangan



Anggota Penguji
Sri Wahyuningsih, S.E., M.M
NIDN: 0428067704

Tanda Tangan



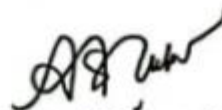
Ka. Prodi Manajemen



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 : Yazid Ridwan Abdulloh
NIM : 112011109
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri.

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

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang yang berlaku.

Bekasi, 30 Juli 2024

Tanda tangan



Yazid Ridwan Abdulloh

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 Media Sosial, *E-WOM*, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bebek & Ayam Kampung Mas Budi Tambun Utara”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Strata Satu Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa.

Penulis 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 Supartono, SE., MM selaku pembimbing yang telah membimbing, meluangkan waktu, memberikan banyak kemudahan, memberikan masukan, keteladanan serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, SE.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil kepada penulis.
3. Ibu Dr. Yunita Ramadhani Ratnaningsih DS.,SE.,MSc dan Bapak Wachid Hasyim, SE.,MM selaku Ketua dan Sekretaris 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. Bapak Hamzah Muhammad Mardiputera,S.KM.,MM.,DBA, sebagai Rektor Universitas Pelita Bangsa.
5. Bapak Ir. Kurbandi Satpatmantya BR.,MM.,DBA selaku Dosen Pembimbing Akademik
6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial yang telah membimbing dan membagikan ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian skripsi ini.

7. Orang tuaku tercinta yang telah mengasuh, mendidik, membesarkan serta mendoakan penulis dengan penuh kesabaran, keteladanan, pengorbanan yang tidak terhingga.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas diskusi, saran, dan semangat yang telah diberikan. Penulis selalu merindukan saat-saat diskusi bersama dimasa perkuliahan.
9. Seluruh staff Administrasi Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu sosial 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, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 30 Juli 2024

Penulis

Yazid Ridwan Abdulloh

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRACT	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian.....	9
2.1.3 Dimensi Keputusan Pembelian	10
2.1.4 Pengertian Media Sosial.....	11
2.1.5 Indikator Media Sosial	12
2.1.6 Pengertian <i>E-WOM</i>	13
2.1.7 Dimensi <i>E-WOM</i>	14
2.1.8 Pengertian Citra Merek	16
2.1.9 Indikator Citra Merek.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	17
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	21
2.3.1 Pengembangan Hipotesis	21

2.3.2	Model Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Jenis dan Desain Penelitian.....	26
3.1.1	Jenis Penelitian.....	26
3.1.2	Desain Penelitian.....	26
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	29
3.4	Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	33
3.4.1	Populasi	33
3.4.2	Sampel.....	33
3.5	Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.5.1	Jenis dan Sumber Data	33
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	35
3.6	Metode Analisis.....	35
3.6.1	Uji Validitas	35
3.6.2	Uji Reabilitas.....	36
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.6.3.1	Uji Normalitas	36
3.6.3.2	Uji MultiKolinieritas	36
3.6.3.3	Uji Heteroskedastisitas	37
3.6.4	Uji Regresi Linier Berganda.....	37
3.6.5	Uji Hipotesis.....	37
3.6.5.1	Uji T.....	37
3.6.5.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Hasil Penelitian	39
4.1.1	Gambaran Umum	39
4.1.2	Visi dan Misi Rumah Makan Bebek dan Ayam Kampung Mas Budi Tambun Utara	40
4.1.3	Deskripsi Responden.....	40
4.1.4	Hasil Analisis dan Uji Hipotesis.....	41
4.1.4.1	Hasil Uji Validitas.....	41
4.1.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	43
4.1.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	44

4.1.4.4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	47
4.1.4.5 Uji Hipotesis.....	48
4.2 Pembahasan.....	50
BAB V PENUTUP.....	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	54
DAFTAR LAMPIRAN	56
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	87

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Omset Penjualan Tahun 2023-2024	5
Tabel 3. 1 Tempat dan Waktu Penelitian	29
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	29
Tabel 3. 3 Tabel Skala Likert	35
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	41
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	41
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas	42
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4. 6 Hasil Uji Kolmogrov -Smirnov	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Glejser 1	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji T	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Model Penelitian	25
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	27
Gambar 4. 1 Hasil Uji Grafik Histogram	44
Gambar 4. 2 Grafik Normal Probability Plot.....	44
Gambar 4. 3 Hasil Uji Scatterplot.....	46

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA, E-WOM, AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS

(Case in Resturant of Ducks & Chickens Kampung Mas Budi Tambun Utara)

Yazid Ridwan Abdulloh¹

Supartono²

Abstract

Kampung Mas Budi Tambun Utara Duck and Chicken Restaurant is known as one of the leading culinary destinations in the region. Serving duck and free-range chicken as the main menu, this restaurant carries a buffet concept where visitors can enjoy rice, chili sauce, and lalapan as much as they want. The higher the culinary appetite of the city people, especially North Tambun, the Mas Budi Kampung Duck and Chicken Restaurant is a vital solution in meeting customer expectations and needs. In order to provide a satisfying dining experience for customers, Kampung Mas Budi Duck and Chicken Restaurant always strives to improve the quality of its service in order to provide the best for visitors. This study was conducted to find out whether there is an influence of social media on purchase decisions, whether there is an influence of e-wom on purchase decisions, and whether there is an influence of brand image on purchase decisions at the duck and chicken restaurant in Budi Tambun Utara. The method used in this study is a quantitative method using a sample of 120 samples obtained through non-probability sampling and purposive sampling techniques in customers of the Budi Tambun Utara duck and chicken restaurant. The results of data analysis using SPSS 26 software, showed that Social Media, E-WOM, and Brand Image had a positive and significant effect on the purchase decision at the Duck and Chicken Restaurant Kampung Mas Budi Tambun Utara.

Keywords: Social Media, E-WOM, Brand Image, and Purchase Decision

- 1) Mahasiswa
- 2) Dosen Pembimbing

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, *E-WOM*, DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi di Rumah Makan Bebek & Ayam Kampung Mas Budi Tambun Utara)**

Yazid Ridwan Abdulloh¹
Supartono²

ABSTRAK

Rumah Makan Bebek dan Ayam Kampung Mas Budi Tambun Utara dikenal sebagai salah satu destinasi kuliner terkemuka di wilayah tersebut. Menyajikan bebek dan ayam kampung sebagai menu utama, rumah makan ini mengusung konsep prasmanan di mana pengunjung dapat menikmati nasi, sambal, dan lalapan sepuasnya. Semakin tingginya selera kuliner masyarakat kota khususnya Tambun Utara, maka Rumah Makan Bebek dan Ayam kampung Mas Budi menjadi solusi vital dalam pemenuhan ekspektasi dan kebutuhan pelanggan. Untuk memberikan pengalaman makan yang memuaskan bagi pelanggan, Rumah Makan Bebek dan Ayam Kampung Mas Budi selalu berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya demi memberikan yang terbaik bagi para pengunjung. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh media sosial terhadap Keputusan pembelian, apakah ada pengaruh *e-wom* terhadap Keputusan pembelian, dan apakah ada pengaruh citra merek terhadap Keputusan pembelian di rumah makan bebek dan ayam kampung mas Budi Tambun Utara. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif menggunakan sampel sebanyak 120 sampel yang diperoleh melalui teknik *nonprobability sampling* dan *purposive sampling* pada pelanggan rumah makan bebek dan ayam kampung mas Budi Tambun Utara. Hasil Analisa data menggunakan software SPSS 26, menunjukkan bahwa Media Sosial, *E-WOM*, dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Bebek dan Ayam Kampung Mas Budi Tambun Utara.

Kata Kunci : Media Sosial, *E-WOM*, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian