

**PENGARUH PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA TIKTOK, BRAND IMAGE,
DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
KLINIK KECANTIKAN ATHENA PALEMBANG**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri**



Disusun Oleh:

**BASYASYAH SALSABILA
NPM. 2020510065**

Dosen Pembimbing :

Pembimbing I : Muhammad Kurniawan, DP, SE., M.Si

Pembimbing II : Shafiera Lazuardi, SE., M.SC., CFP., AFA

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Penggunaan Sosial Media TikTok, *Brand Image*, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Klinik Kecantikan Athena Palembang

Nama Mahasiswa : Basyasyah Salsabila

NPM : 2020510065

Program Studi : Manajemen

Pembimbing I : Muhammad Kurniawan DP, S.E., M.Si

Pembimbing II : Shafiera Lazuardi, S.E., M.Sc., CFP., AFA.


Tanggal Seminar : 23 Januari 2024

Palembang, 23 Januari 2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Muhammad Kurniawan, S.E., M.Si.
NIDN. 0202067802



Shafiera Lazuardi, S.E. M.Sc., CFP., AFA
NIDN. 0213109401

Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi



Shafiera Lazuardi, S.E. M.Sc., CFP., AFA
NIDN. 0213109401



Endah Dewi Purnamasari, S.E., MM, CFP
NIDN.0204128602

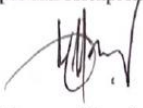
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI


Skripsi ini diajukan oleh,

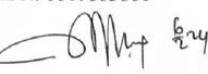
Judul : Pengaruh Sosial Media, *brand image*, *Word Of Mouth*
Terhadap Keputusan Pembelian di Klinik Kecantikan
Athena Palembang
Nama Mahasiswa : Basyasyah Salsabila
NIM : 2020510065
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif

Ketua Penguji : 
Muhammad Kurniawan, S.E., M.Si.
NIDN. 0202067802

Penguji I : 
Drs. H. Hamid Halin, M.Si.
NIDN. 0017065801

Penguji II : 
Yeni, SE., M.Si
NIDN. 0204017801

Ketua Program Studi Manajemen,



Shafiera Lazuardi, S.E. M.Sc., CFP., AFA
NIDN. 0213109401

Dekan Fakultas Ekonomi,

FAKULTAS EKONOMI


Endah Dewi Purnamasari, S.E., MM.,CFP
NIDN. 0204128602

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Basyasyah Salsabila

NIM : 2020510065

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ini, kecuali yang telah disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun diperguruan tinggi lain.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palembang, 06 Januari 2024
Penyusun,




Basyasyah Salsabila

LEMBAR REVISI

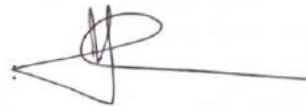
Nama Mahasiswa : Basyasyah Salsabila
NIM : 2020510065
Judul : Pengaruh Sosial Media, *Brand Image*, *Word Of Mouth* Terhadap
Keputusan Pembelian di Klinik Kecantikan Athena Palembang

Ketua Penguji

: 

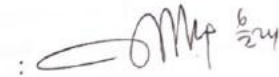
Muhammad Kurniawan, S.E., M.Si.
NIDN. 0202067802

Penguji I

: 

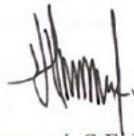
Drs. H. Hamid Halin, M.Si.
NIDN. 0017065801

Penguji II

: 

Yeni, SE., M.Si
NIDN. 0204017801

Ketua Program Studi Manajemen,

: 

Shafiera Lazuarni, S.E. M.Sc., CFP., AFA
NIDN. 0213109401

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Sosial Media TikTok, *brand image*, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Klinik Kecantikan Athena Palembang”. Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Marzuki Alie, SE., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Endah Dewi Purnamasari, SE., MM.,CFP selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Muhammad Kurniawan, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Shafiera Lazuardi, S.E. M.Sc., CFP., AFA selaku dosen pembimbing II. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
6. Drs. Hamid Halin, M.Si selaku dosen penguji I. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan dan revisi skripsi.
7. Yeni, SE., M.Si selaku dosen penguji II. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan dan revisi skripsi.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
9. Seluruh staf tata usaha, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
10. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan dukungannya.
11. Teman-teman seperjuangan yang selalu support, selalu membantu dan memberikan motivasi satu sama lain.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan. Dengan tulus penulis mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu, semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal bagi kita semua.

Palembang, 06 Januari 2024
Penyusun,

Basyasyah Salsabila

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui Pengaruh Sosial Media, *brand image*, *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di Klinik Kecantikan Athena Palembang. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. Penelitian ini juga menggunakan rumus Lemeshow maka diperoleh jumlah minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden. Analisis data menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan analisis linear berganda. Hasil penelitian ini adalah bahwa variabel sosial media (X1), *brand image* (X2) dan *Word Of Mouth* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) berpengaruh positif dan signifikan. Maka pengaruh positif terhadap ketiga variabel tersebut menentukan keputusan pembelian secara signifikan. Berdasarkan hasil dari variabel X1, X2 dan X3 secara bersama-sama terhadap variabel Y pada Rsquare sebesar 0,883, hal ini menyatakan bahwa pengaruh variabel sosial media (X1), *brand image* (X2) dan *Word Of Mouth* (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), dengan persentase 88% artinya sisa 12% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang diteliti.

Kata Kunci: Sosial Media, *brand image*, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of social media, brand image, Word Of Mouth on purchasing decisions at the Athena Palembang Beauty Clinic. This research method uses a descriptive method with a quantitative research approach. The sampling technique in this research is non-probability sampling and purposive sampling as the sample determination technique. This research also uses the Lemeshow formula, so the minimum number required in this research is 96 respondents. Data analysis uses data quality tests, classical assumption tests, and multiple linear analysis. The results of this research are that the variables social media (X1), brand image (X2) and Word Of Mouth (X3) have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y). So the positive influence on these three variables determines purchasing decisions significantly. Based on the results of variables X1, X2 and on purchasing decisions (Y), with a percentage of 88%, meaning that the remaining 12% is influenced by variables other than the variables studied.

Keywords: Social Media, brand image, Word Of Mouth, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASILAN SKRIPSI	v
LEMBAR REVISI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Gambaran Umum Perusahaan	8
1.5.1 Sejarah Perusahaan Klinik Kecantikan Athena	8
1.5.2 Visi dan Misi	9
1.5.4 Struktur Organisasi Perusahaan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Sosial Media	11
2.1.1 Pengertian Media Sosial	11
2.1.2 Faktor Media Sosial.....	13
2.1.3 Indikator Media Sosial	14
2.2 <i>brand image</i>	14
2.2.1 Pengertian <i>brand image</i>	14
2.2.2 Faktor <i>brand image</i>	16
2.2.3 Indikator <i>brand image</i>	17
2.3 <i>Word Of Mouth</i>	17
2.3.1 Pengertian <i>Word Of Mouth</i>	17
2.3.2 Faktor <i>Word Of Mouth</i>	19
2.3.3 Indikator <i>Word Of Mouth</i>	20
2.4 Keputusan Pembelian	21
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.4.2 Faktor Keputusan Pembelian	21
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	23
2,5 Penelitian Terdahulu	24
2.6 Kerangka Pemikiran	28
2.7 Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian	34
3.2 Ruang Lingkup Penelitian	34
3.2.1 Objek Penelitian	34
3.2.2 Waktu dan Tempat Penelitian	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	34
3.3.1 Jenis Data	35
3.3.2 Sumber Data	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5 Populasi dan Sampel	40
3.5.1 Populasi	40
3.5.2 Sampel	40
3.6 Teknik Analisis	42
3.6.1 Validitas dan Reliabilitas	42
3.6.2 Analisis Deskriptif	43
3.7 Uji Asumsi Klasik	44
3.7.1 Uji Normalitas	44
3.7.2 Uji Multikolinearitas	44
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	44
3.7.4 Uji Statistik (Uji F)	45
3.7.5 Uji Statistik (Uji T)	46
3.7.6 Uji Koefisien Korelasi (R)	47
3.7.7 Koefisien Determinasi (R^2)	49
3.8 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	49
3.8.1 Definisi Operasional	49
3.8.2 Pengukuran Variabel	52
BAB IV PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Responden	54
4.1.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	58
4.2.1.1 Uji Validitas	58
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	62
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	63
4.1.4 Uji Hipotesis	65
4.1.4.1 Hasil Uji T	65
4.1.4.2 Hasil Uji F	66
4.1.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	67
4.1.4.4 Uji Koefisien Determinasi (adjust R^2)	70
4.1.4.5 Uji Koefisien Korelasi (R)	71
4.1 Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian Proposal	35
Tabel 3.2. Skala Likert	39
Tabel 3.3. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	48
Tabel 3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	50
Tabel 3.5. Skala Pengukuran	53
Tabel 4.1. Deskripsi Penyebaran Kuesioner	55
Tabel 4.2. Deskripsi Usia Responden	55
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.5. Validitas Sosial Media (X1)	58
Tabel 4.6. Validitas <i>brand image</i> (X2)	59
Tabel 4.7. Validitas <i>Word Of Mouth</i> (X3)	59
Tabel 4.8. Validitas Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 5.0. Hasil Uji Normalitas Data	62
Tabel 5.1. Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 5.2. Hasil Uji Statistik T	64
Tabel 5.3. Hasil Uji Statistik F	66
Tabel 5.4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
Tabel 5.5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
Tabel 5.6. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Struktur Organisasi Perusahaan Klinik Kecantikan Athena	19
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1. Responden Berdasarkan Usia	54
Gambar 4.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4.3. Responden Berdasarkan Pekerjaan	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian Fakultas

Lampiran 3 Surat Izin Balasan Penelitian Dari Perusahaan

Lampiran 4 Kuisisioner

Lampiran 5 Tabulasi Data

Lampiran 6 Lampiran Excel