

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BUKET
“BY.JUWITA” DI PALEMBANG**

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

**ALIYAH DWIRIANI ANWAR
NPM. 2021510002**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN
TEKNOLOGI UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
TAHUN 2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Media Sosial, Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Buket By.Juwita Palembang
Nama Mahasiswa : Aliyah Dwiriani Anwar
NPM : 2021510002
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si
Pembimbing II : Roswaty, S.E., M. Si
Tanggal Seminar : 13 Februari 2025

Palembang, 13 Februari 2025

Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si
NIDN. 0202067802

Roswaty, S.E., M. Si
NIDN. 0219096301

Disahkan oleh:

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi,



Mohammad Kurniawan DP, SE.,
M. Si
NIDN. 0202067802

Budi Setiawan, SE., MM.,
Ph. D
NIDN. 0208048701

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Buket By Juwita di Palembang
Nama : Aliyah Dwiriani Anwar
NPM : 2021510002
Program Studi : Manajemen

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

Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif,

Ketua Penguji :

Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si
NIDN. 0202067802

Penguji I :

Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM, CIRR, CLMA
NIDN. 0201077302

Penguji II :

Yeni, SE., M. Si
NIDN. 0204017801

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen

Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi

Budi Setiawan, SE., MM., Ph.D
NIDN. 0208048701

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aliyah Dwiriani Anwar
NPM : 2021510002
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para 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 di perguruan tinggi lain.

Demikianlah 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, 19 Februari 2025



Aliyah Dwiriani Anwar
NPM. 2021510002

LEMBAR REVISI

Nama : Aliyah Dwiriani Anwar
NPM : 2021510002
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Harga dan Promosi terhadap
Keputusan Pembelian Konsumen Buket By.Juwita di
Palembang

Ketua Penguji : 
Mohammad Kurniawan DP,SE.,M.Si
NIDN. 0202067802

Penguji I : 
Dr.Siti Komariah Hildayanti,MM.,CIRR.,CLMA
NIDN. 0201077302

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

Palembang, 19 Februari 2025
Ketua Program Studi Manajemen


Mohammad Kurniawan DP,SE.,M.Si
NIDN.0202067802

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Media Sosial, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Buket “By.Juwita” di Palembang”. Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, dan karunia-nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. H. Marzuki Alie, S.E., M.M., Ph.D. selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
3. Budi Setiawan, S.E., M.M., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
4. Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I dan Roswaty, S.E., M. Si. selaku dosen pembimbing II. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
6. 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.
7. Kedua orang tuaku Ayahanda Joni Anwar dan Ibunda Srimulyani. Terima kasih atas doa, dukungan dan kasih sayang yang tiada henti-hentinya kalian berikan kepada penulis, khususnya sepanjang perjalanan penelitian skripsi ini. Terimakasih telah banyak mengorbankan banyak tenaga, waktu, dan upaya untuk mendukung penulis meraih impian. Penulis berharap dengan terselesaikannya skripsi ini, dapat menjadi bentuk apresiasi atas segala perjuangan dan kasih sayang yang kalian berikan. Untuk papa, semoga Allah

menempatkan papa di tempat terbaik disisi-Nya. Dan untuk mama, semoga Allah senantiasa memberkahi mama dengan kesehatan dan umur panjang. Semoga segala doa yang telah kalian panjatkan dapat menjadi jembatan menuju kesuksesan dunia akhirat untuk penulis.

8. Kepada saudaraku Aditya M Anwar, S.Pd, Nanda Juwita Sari, S.I.Kom dan adikku tercinta Audestya Putriani Anwar terima kasih kepada kalian yang senantiasa memberikan perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan yang tiada hentinya, terimakasih selalu menjadi support system dalam setiap langkah.
9. Teman-teman Manajemen Angkatan 2021 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.

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.

Palembang, 13 Februari 2025

Penyusun,

Aliyah Dwiriani Anwar

ABSTRAK

Dalam persaingan bisnis yang ketat, strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan keputusan pembelian. Media sosial, harga, dan promosi berperan penting dalam memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada usaha Buket By.Juwita di Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden, yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara simultan, media sosial, harga, dan promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,862 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen dan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,743 atau 74,3% menunjukkan bahwa variabel media sosial, harga, dan promosi dapat menjelaskan 74,3% variabilitas keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini membuktikan bahwa strategi pemasaran melalui media sosial yang efektif dan promosi yang menarik memiliki peran penting dalam mendorong keputusan pembelian.

Kata Kunci: Media sosial, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

In a competitive business environment, effective marketing strategies are crucial in attracting consumer interest and enhancing purchasing decisions. Social media, price, and promotions play important roles in influencing consumer behavior when choosing products. This study aims to analyze the impact of social media, price, and promotions on purchasing decisions at Buket By.Juwita in Palembang. The research adopts a quantitative approach with a survey method using a questionnaire distributed to 96 respondents, selected through purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression tests to determine the individual and simultaneous effects of each variable. The results show that social media and promotions have a positive and significant impact on purchasing decisions. However, price does not significantly influence consumer purchasing decisions. Simultaneously, social media, price, and promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions. The correlation coefficient (R) of 0.862 indicates a strong relationship between the independent variables and purchasing decisions. The coefficient of determination (R²) of 0.743, or 74.3%, indicates that social media, price, and promotions can explain 74.3% of the variability in purchasing decisions, while the remaining 25.7% is influenced by factors outside the scope of this study. This proves that an effective social media marketing strategy and attractive promotions play a significant role in driving purchasing decisions.

Keywords: *Social Media, Price, Promotion, Purchasing Decision.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR REVISI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan	15
1.4 Manfaat	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1 <i>Theory of Planned Behaviour (TPB)</i>	18
2.1.1 Media Sosial.....	19
2.1.2 Harga.....	22
2.1.3 Promosi	25
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	36
2.4 Hipotesis.....	37
2.5 Hubungan Antar Variabel	37
2.5.1 Hubungan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian.....	37

2.5.2 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.5.3 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.5.4 Media Sosial, Harga dan Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	38
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	38
3.2.1 Waktu Penelitian	39
3.2.2 Tempat Penelitian	39
3.3 Jenis dan Sumber Data	39
3.3.1 Jenis Data	40
3.3.2 Sumber Data	40
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.4.1 Populasi.....	41
3.4.2 Sampel	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6 Teknik Analisis	44
3.6.1 Uji Instrumen	45
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	50
3.6.4 Uji Hipotesis	51
3.9 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Umum	56
4.2 Hasil Penelitian	57
4.3 Karakteristik Responden	57
4.3.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis kelamin	57

4.3.2 Deskripsi Berdasarkan Usia.....	58
4.3.3 Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan	59
4.3.4 Deskripsi Berdasarkan Pendapatan.....	59
4.4 Pengujian Instrumen Data	60
4.4.1 Uji Validitas	60
4.4.2 Uji Reliabilitas	63
4.5 Uji Asumsi Klasik	64
4.5.1 Uji Normalitas.....	64
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	66
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	67
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
4.7 Pengujian Hipotesis.....	72
4.7.1 Uji Parsial (Uji T)	72
4.7.2 Uji Simultan (Uji F)	73
4.8 Koefisien Determinan (R^2).....	75
4.9 Pembahasan.....	76
4.9.1 Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian.....	76
4.9.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.9.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	78
4.9.4 Pengaruh Media Sosial, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Pelaku Usaha Buket di Indonesia.....	5
Tabel 1. 2 Penjualan Buket By.Juwita Periode	7
Tabel 1. 3 Pengguna Media Sosial 2024.....	8
Tabel 1. 4 Perbandingan Harga Buket di Palembang	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Data Penjualan Buket By.Juwita Periode	41
Tabel 3. 2 Interpretasi Koefisien Korelasi	53
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	54
Tabel 4. 1 Uji Validitas Variabel Media Sosial (X1).....	61
Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Harga (X ₂).....	61
Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Promosi (X ₃)	62
Tabel 4. 4 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	62
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4. 6 Normalitas Data dengan Uji Kolmogorov-Smirnov	65
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (Uji T)	72
Tabel 4. 11 Hasil Simultan (Uji F).....	74
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi (R ²).....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	36
Gambar 3. 1 Grafik QQ Plot	47
Gambar 3. 2 Histogram Normalitas Data.....	48
Gambar 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	58
Gambar 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
Gambar 4. 5 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	64
Gambar 4. 6 P-Plot Uji Normalitas	65
Gambar 4. 7 Scatterplot.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	89
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner	93
Lampiran 3. Hasil Olah Data Statistik SPSS V25	97
Lampiran 4. Surat Keterangan Izin Penelitian	102
Lampiran 5. Kartu Bimbingan Skripsi	103
Lampiran 6. Surat Keterangan Bebas Pustaka	104
Lampiran 7. Bukti Hadir Seminar Proposal Skripsi	105
Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian	106
Lampiran 9. Akun Instagram Buket By.Juwita	106
Lampiran 10. Produk Buket By.Juwita	107