



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK “*PUYO SILKY DESSERT*” DI JAKARTA
SELATAN**

SKRIPSI

SEKAR JATI 1910111015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK “*PUYO SILKY DESSERT*” DI JAKARTA
SELATAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

SEKAR JATI 1910111015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Sekar Jati

NIM : 1910111015

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 5 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Sekar Jati)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sekar Jati
NIM : 1910111015
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk “Puyo Silky Dessert” Di Jakarta Selatan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 18 Januari 2023
Yang menyatakan,



The image shows a handwritten signature in black ink over a red circular stamp and a blue rectangular stamp. The red stamp contains the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL'. The blue stamp contains the text 'E1EAKX 2024/2024'.

(Sekar Jati)

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

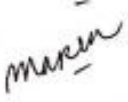
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK "PUYO *SILKY DESSERT*" DI JAKARTA SELATAN


Dipersiapkan dan disusun oleh :

Sekar Jati 1910111015

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal ; 20 Desember 2022 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima


Suharwati, S.E., M.M
Ketua Penguji


Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA, CWM
Penguji I


Drs. Nobelson, MM, CPM,
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakshi Arieftiara, SE., Ak., MAk., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis


Siti Hidayati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 20 Desember 2022

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND
SOCIAL MEDIA MARKETING ON PURCHASE DECISIONS ON
"PUYO SILKY DESSERT" PRODUCTS IN SOUTH JAKARTA***

By Sekar Jati

ABSTRACT

This study aims to find out and prove the influence of product quality, price, and social media marketing on the purchasing decision of puyo dessert products. This research is a quantitative study with primary data sources. The population in this study is consumers or people who have purchased Puyo dessert products in South Jakarta. The sample used was 100 respondents, using the non probability sampling (purposive sampling) method. Data analysis technique using Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 3.0 software. The results of this study show that there is a positive and significant influence of product quality, price, and social media marketing variables on purchasing decision variables. Based on the T-statistical test, the most influential variable was obtained, namely social media marketing of 0.472 while the product quality variable had an influence of 0.240 and the price variable had an influence of 0.192. From the results of the research, Puyo Dessert should be able to maintain and improve social media marketing and improve the quality of its products to be able to increase sales through purchase decisions.

Keywords: *Product Quality, Pricing, Social Media Marketing, Purchasing decision, Puyo Dessert*

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PRODUK “PUYO *SILKY DESSERT*” DI JAKARTA
SELATAN**

Oleh Sekar Jati

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh kualitas produk, harga, dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian produk puyo dessert. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sumber data primer. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen atau orang yang pernah melakukan pembelian produk Puyo *dessert* di Jakarta Selatan. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang responden, dengan metode *non-probability sampling (purposive sampling)*. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square (PLS)* dengan *software SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas produk, harga, dan *social media marketing* terhadap variabel keputusan pembelian. Berdasarkan uji T-statistik diperoleh variabel yang paling berpengaruh, yaitu *social media marketing* sebesar 0.472 sedangkan variabel kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 0.240 dan variabel harga memiliki pengaruh sebesar 0.192. Dari hasil penelitian maka sebaiknya Puyo *Dessert* dapat mempertahankan dan meningkatkan *social media marketing* dan meningkatkan kualitas produknya untuk dapat meningkatkan penjualan melalui keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Pemasaran Media Sosial, Keputusan pembelian, Puyo *Dessert*

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023**

Hari ini Selasa, tanggal 20 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Sekar Jati

No.Pokok Mahasiswa : 1910111015

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Puyo Silky Dessert di Jakarta Selatan

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Suharyati, S.E., M.M	Ketua	
2	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota I	2.
3	Drs. Nobelson, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 20 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Puyo *Silky Dessert* Di Jakarta Selatan”**.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, SE., Ak, M.Ak, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Siti Hidayati, SE, MM, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen UPN Veteran Jakarta, dan Bapak Drs. Nobelson, MM, CPM selaku Dosen Pembimbing, yang senantiasa selalu memberikan arahan dan ilmu yang sangat bermanfaat bagi keberlanjutan penulisan karya ilmiah ini.

Disamping itu, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih juga untuk Bapak Slamet Riyadi dan almh. Ibu Zaimah selaku orang tua tercinta dan Nungki, Bayu, Rani, dan Firda merupakan kakak dan Sheza, Khalid dan Raline merupakan keponakan yang selalu memberikan semangat, motivasi, arahan dan panjatan doa kepada penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada Azava, Dinda, dan Nurulita selaku sahabat yang setia menemani dan menyemangati penulis dalam proses penulisan karya ilmiah ini. Tidak lupa penulis berterima kasih juga kepada teman-teman yang selalu sabar dan memberi dukungan untuk penulis. Penulis menyadari bahwa dalam proses atau pun hasil dari penulisan karya ilmiah ini belum sempurna. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan seluruh pembaca.

Jakarta, 28 September 2022

Sekar Jati

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah	8
I.3 Tujuan Penelitian	9
I.4 Manfaat Hasil Penelitian.....	9
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	11
II.1 Landasan Teori	11
II.1.1 Pemasaran	11
II.1.2 Perilaku Konsumen	11
II.1.3 Keputusan Pembelian.....	12
II.1.4 Kualitas Produk.....	12
II.1.5 Harga.....	15
II.1.6 <i>Social Media Marketing</i>	18
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	22

II.3 Model Penelitian.....	22
II.3.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	29
II.3.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	30
II.3.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian..	31
II.4 Hipotesis.....	31
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN.....	32
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
III.1.1 Definisi Operasional.....	32
III.1.2 Pengukuran Variabel.....	32
III.2 Penentuan Populasi dan Sampel.....	33
III.2.1 Populasi.....	33
III.2.2 Sampel.....	34
III.3 Teknik Pengumpulan Data.....	35
III.3.1 Jenis Data.....	35
III.3.2 Sumber Data.....	35
III.3.3 Pengumpulan Data.....	36
III.4 Teknik Analisis Data.....	37
III.4.1 Analisis Data Deskriptif.....	38
III.4.2 Analisis Data Inferensial.....	39
III.4.3 Uji Validitas.....	42
III.4.4 Uji Reliabilitas.....	44
III.4.5 Uji Hipotesis.....	44
BAB IV.....	44
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	48
IV.2 Deskripsi Data Penelitian.....	48
IV.3 Uji Hipotesis dan Analisis.....	52
IV.3.1 Analisis Deskriptif.....	52
IV.3.2 Analisis Inferensial.....	57
IV.4 Pembahasan.....	66
IV.4.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
IV.4.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
IV.4.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	71

IV.5 Keterbatasan Penelitian.....	73
BAB V.....	74
KESIMPULAN DAN SARAN	74
V.1 Kesimpulan	74
V.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
RIWAYAT HIDUP	82
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman (2013-2021).....	1
Tabel 2. Penjualan Pudding Berdasarkan Merek	4
Tabel 3. Ulasan (review) Konsumen Puyo Dessert	4
Tabel 4. Perbandingan Harga Kompetitor	5
Tabel 5. Perbandingan Jumlah Pengikut Media Sosial pada Beberapa Merek.....	7
Tabel 6. Matriks Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 7. Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 8. Skala Likert.....	37
Tabel 9. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	37
Tabel 10. Tingkat Jawaban Pada Kuesioner	38
Tabel 11. Interpretasi Nilai Indeks.....	39
Tabel 12. Tingkat Reliabilitas Nilai Cronbach's Alpha.....	44
Tabel 13. Hasil Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian	52
Tabel 14. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk	54
Tabel 15. Hasil Jawaban Responden Terhadap Harga.....	55
Tabel 16. Hasil Jawaban Responden terhadap Social Media Marketing.....	56
Tabel 17. Loading Factor Outer Model	59
Tabel 18. Average Variance Extracted (AVE)	60
Tabel 19. Cross Loading	60
Tabel 20. Composite Reliability	62
Tabel 21. <i>Cronbach's Alpha</i>	63
Tabel 22. R-Square	64
Tabel 23. Q-Square	65
Tabel 24. Uji T-Statistik	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Booth Puyo Dessert di Gandaria City	2
Gambar 2. Trend Minat terhadap Merek Silky Pudding.....	3
Gambar 3. Media Sosial yang Sering Digunakan Masyarakat Indonesia (2021)	7
Gambar 4. Model Penelitian	30
Gambar 5. Langkah-Langkah PLS	40
Gambar 6. Model Penelitian 4 Variabel	41
Gambar 7. Logo Puyo Dessert	48
Gambar 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	51
Gambar 11. Outer Model	58
Gambar 12. Inner Model.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Matriks Penelitian.....	83
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 3. Data Kuesioner 100 Responden	91
Lampiran 4. Hasil Deskripsi Data Responden	103
Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden	104
Lampiran 6. Outer Model Penelitian	106
Lampiran 7. Inner Model Penelitian	107
Lampiran 8. Hasil Pengolahan Data	108
Lampiran 9. T Tabel	112
Lampiran 10. Bukti Share Kuesioner.....	117
Lampiran 11. Media Sosial Instagram	118
Lampiran 12. Hasil Turnitin	120