



**PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA*, KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EATLAH DI ERA COVID 19**

RADEN RAFLY DANUARTHO HARRIS 1910111182

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

2022



**PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA*, KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK EATLAH DI ERA COVID 19**

SKRIPSI

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

RADEN RAFLY DANUARTHO HARRIS 1910111182

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

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Raden Rafly Danuartho Harris

Nim : 1910111182

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan persyaratan saya, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai ketentuan berlaku

Jakarta, 8 Desember 2022

Yang menyatakan



Raden Rafly Danuartho Harris

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Raden Rafly Danuartho Harris

Nim : 1910111182

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 Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA*. KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EATLAH DI ERA COVID 19

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty 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.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Januari 2023

Dengan ini Menyatakan,



(Raden Rafly Danuartho Harris)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA*, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EATLAH DI ERA COVID 19

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Raden Rafly Danuartho Harris

1910111182

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 29 Desember 2022
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, S.E., M.M., Ph.D.

Ketua Penguji



Yuliniar, S.E., MM
Penguji I



Suharyati, S.E., M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicakasih Arijatiara, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



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

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 29 Desember 2022

**PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA*, KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EATLAH DI ERA
COVID 19**

Oleh Raden Rafly Danuartho Harris

Abstrak

Persaingan bisnis di era industri 4.0 serta dengan adanya pandemi covid 19 mengakibatkan banyak perusahaan untuk mengatur strateginya agar kegiatan pemasaran dapat berjalan secara lancar, tak terkecuali perusahaan Eatlah yang harus mempunyai keunggulan agar bisa bersaing dengan bisnis *Food & Beverages* lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh Promosi *Social Media* dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Eatlah di Era Covid 19. Sampel yang digunakan didalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang terdiri dari konsumen Eatlah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat uji yang digunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan *SmartPLS 3.0* dengan nilai signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa: (1) Adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari promosi *social media* terhadap keputusan pembelian produk Eatlah: (2) Adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk eatlah. Peneliti menyarankan kepada peneliti lainnya untuk menambah jenis variabel dependen yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Eatlah.

Kata Kunci : Eatlah, promosi *social media*, kualitas pelayanan, produk, *food & beverages*

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA PROMOTION, QUALITY OF SERVICE
ON PURCHASE DECISIONS OF EATLAH PRODUCTS IN THE COVID 19
ERA***

By Raden Rafly Danuartho Harris

Abstract

Business competition in the industrial era 4.0 and the presence of the covid 19 pandemic have resulted in many companies having to adjust their strategies so that marketing activities can run smoothly, including Eat companies, which must have an advantage in order to compete with other Food & Beverages businesses. This study aims to determine, analyze, and prove the effect of Social Media Promotion and Service Quality on purchasing decisions for Eatlah products in the Covid Era 19. The sample used in this study amounted to 100 people consisting of Eatlah consumers using a purposive sampling technique. The test equipment used in this research is SmartPLS 3.0 with a significance value of 5% or 0.05. The results of this study found that: (1) There is a positive and significant influence of social media promotion on the decision to purchase Eatlah products: (2) There is a positive and significant influence of service quality on the purchase decision of Eatlah products. The researcher suggests to other researchers to add to the types of dependent variables that influence the decision to buy Eatlah products.

Keyword : *Eatlah, social media promotions, service quality, products, food & beverages*

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 Kamis , tanggal 29 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Raden Rafly Danuartho Harris

No.Pokok Mahasiswa : 1910111182

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Promosi Sosial Media, Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Eatlah di era Covid 19

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|---------------------------------|----------------|--------------|
| 1 | Diana Triwardhani, SE, MM.,Ph.D | Ketua | 1. |
| 2 | Yuliniar, SE, MM | Anggota I | 2. |
| 3 | Suharyati, S.E., M.M | Anggota II **) | 3. |

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 29 Desember 2022

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, Bahagia, dan umur yang panjang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Promosi *Social Media*, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eatlah di Era Covid 19”**.

Penulis menyampaikan Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Suharyati, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan serta saran-saran yang sangat bermanfaat selama proses penelitian, juga kepada Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku ketua program studi, kepada Ibu Diana Triwardhani, SE, MM, selaku dosen pembimbing akademik, dan kepada ibu Suharyati, SE, MM. Selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang senantiasa memberikan arahan serta masukan, serta segenap Dosen dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak memberi bantuan. Begitu juga penulis menyampaikan Terima Kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Di samping itu ucapan Terima Kasih juga disampaikan kepada orang tua terkasih, Ibu Sri Wilujeng dan Ayah Harris is Artono yang sangat saya sayangi dan selalu setia mendoakan serta memberi semangat. Penulis juga secara khusus mengucapkan Terima Kasih kepada saudara dan teman-teman dan orang terkasih penulis Danu, Kak Yoga, Tian, Nabila, Rikeu, Tio, Mutiara, Nisa, Cahyo, Katami, Alul, Miko, dan Kayla yang selalu sabar mendengar segala keluh kesah penulis dan senantiasa menemani selama proses pengerjaan skripsi ini.

Penulis mohon maaf atas segala kekeliruan yang sangat mungkin terjadi pada penulisan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya dan seluruh pembaca.

Jakarta, 10 Desember 2022



Raden Rafly Danuartho Harris

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI | viii |
| PRAKATA | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| I.1 Latar Belakang | 1 |
| I.2 Rumusan Masalah | 4 |
| I.3 Tujuan | 5 |
| I.4 Manfaat | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 6 |
| I.1 Landasan Teori..... | 6 |
| II.1.1 Pemasaran..... | 6 |
| II.1.2 Bauran Pemasaran..... | 6 |
| II.1.3 Digital Marketing..... | 7 |
| II.1.4 Promosi Social Media..... | 8 |
| II.1.5 Kualitas Pelayanan..... | 9 |
| II.1.6 Keputusan Pembelian..... | 11 |
| II.2 Penelitian Terdahulu | 13 |
| II.3 Model Penelitian | 18 |
| II.4 Hipotesis | 18 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 20 |
| III.1 Definisi Opeasional dan Pengukuran Variabel | 20 |
| III.1.1 Definisi Operasional..... | 20 |
| III.1.2 Pengukuran Variabel..... | 20 |

| | | |
|--|---|-----------|
| III.2 | Populasi dan Sampel | 21 |
| III.2.1 | Populasi..... | 21 |
| III.2.2 | Sampel..... | 21 |
| III.3 | Teknik Pengumpulan Data | 22 |
| III.3.1 | Jenis Data..... | 22 |
| III.3.2 | Sumber Data..... | 22 |
| III.3.3 | Pengumpulan Data..... | 22 |
| III.4 | Teknik Analisis Data..... | 24 |
| III.4.1 | Anailisis Data Deskriptif..... | 24 |
| III.4.2 | Analisis Data Inferensial..... | 26 |
| III.5 | Uji Validitas | 28 |
| III.6 | Uji Reliabilitas | 29 |
| III.7 | Uji Hipotesis | 29 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | | 31 |
| IV.1 | Hasil Penelitian | 31 |
| IV.1.1 | Deskripsi Objek Peneltian..... | 31 |
| IV.1.2 | Deskripsi Data Responden..... | 31 |
| IV.2 | Analisis Deskriptif..... | 32 |
| IV.3 | Uji Hipotesis dan Analisis..... | 37 |
| IV.3.1 | Model Pengukuran (Outer Model)..... | 37 |
| IV.3.1.1 | Uji Validitas Konvergen..... | 38 |
| IV.3.1.2 | Uji Validitas Diskriminan..... | 40 |
| IV.3.1.3 | Uji Partial Least Square..... | 41 |
| IV.3.2 | Model Stuktural Inner Model..... | 41 |
| IV.3.2.1 | R – Square..... | 42 |
| IV.3.2.2 | Q – Square..... | 42 |
| IV.3.2.3 | Koefisien Jalur (Path Coeffcition)..... | 42 |
| IV.3.2.4 | Uji T – Statistik | 43 |
| IV.4 | Pembahasan | 45 |
| IV.4.1 | Pengaruh Promosi Social Media Terhadap Keputusan Pembelian..... | 45 |
| IV.4.2 | Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian..... | 47 |
| IV.5 | Keterbatasan Penelitian..... | 48 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN..... | | 50 |
| V.1 | Simpulan | 50 |
| V.2 | Saran | 50 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 52 |
| RIWAYAT HIDUP | | |
| LAMPIRAN | | |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Jumlah Pengikut dan Rata-Rata Penilaian..... | 2 |
| Tabel 2. Penelitian Terdahulu Terkait Keputusan Pembelian..... | 17 |
| Tabel 3. Pengukuran Variabel..... | 20 |
| Tabel 4. Skala Likert..... | 23 |
| Tabel 5. Kisi – Kisi Insrumen Penelitian..... | 24 |
| Tabel 6. Peringkat Jawaban Kuesioner..... | 24 |
| Tabel 7. Nilai Persentase Responden..... | 25 |
| Tabel 8. Jumlah Responden..... | 31 |
| Tabel 9. Domisili Responden..... | 32 |
| Tabel 10. Tanggapan Terhadap Variabel Keputusan Pembelian..... | 33 |
| Tabel 11. Tanggapan Terhadap Variabel Promosi <i>Social Media</i> | 34 |
| Tabel 12. Tanggapan Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan | 36 |
| Tabel 13. Outer Loading Faktor..... | 39 |
| Tabel 14. <i>Fornell – Larckel Criterion</i> | 40 |
| Tabel 15. Tabel AVE..... | 40 |
| Tabel 16. Tabel <i>Composite Reliability</i> | 41 |
| Tabel 17. Tabel <i>Cronbach’s Alpha</i> | 41 |
| Tabel 18. Nilai R – Square..... | 42 |
| Tabel 19. Uji Q – Square..... | 42 |
| Tabel 20. Nilai Koefisien Analisis Jalur..... | 43 |
| Tabel 21. Uji T – Statistik..... | 43 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1. Model Penelitian Empiris..... | 18 |
| Gambar 2. Langkah-Langkah Partial Least Square | 27 |
| Gambar 3. Outer Model..... | 37 |
| Gambar 4. Inner Model..... | 45 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Kuisisioner 100 Responden
- Lampiran 3 Deskripsi Data Responden
- Lampiran 4 Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 5 Hasil Outer Model
- Lampiran 6 Hasil Inner Model
- Lampiran 7 Hasil Output Model PL
- Lampiran 8 T Tabel