



**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CITRA MEREK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI
KENANGAN**

SKRIPSI

QAMILLA NURUL HALIMAH 1910111218

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**



**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CITRA MEREK,
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOPI KENANGAN**

SKRIPSI

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

QAMILLA NURUL HALIMAH 1910111218

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Qamilla Nurul Halimah

NIM : 1910111218

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

Jakarta, 22 Juni 2023

Yang menyatakan,



Qamilla Nurul Halimah

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Qamilla Nurul Halimah
NIM : 1910111218
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

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

Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan

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.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 22 Juni 2023
Yang menyatakan,



Qamilla Nurul Halimah

SKRIPSI

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CITRA MEREK, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KOPI KENANGAN**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Qamilla Nurul Halimah 1910111218

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 21 Juni 2023

dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, SE, MM., Ph.D

Ketua Penguji



**Rosali, SE, MM
Penguji 1**



**Suharvati, S.E., M.M
Penguji 2 (Pembimbing)**



**Dr. Jubaedah, SE., MM.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Siti Hidayati, SE, MM
Ketua Program Studi**

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 21 Juni 2023

THE INFLUENCE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND IMAGE, AND SERVICE QUALITY ON THE PURCHASE DECISION OF KOPI KENANGAN

By Qamilla Nurul Halimah

Abstract

This research is quantitative research with the aim of analyzing and knowing the influence of Instagram social media marketing, brand image, and service quality on the purchase decision of Kopi Kenangan. The sample population in this study was 100 respondents of Kopi Kenangan consumers in Pamulang District, South Tangerang using purposive sampling techniques. Data analysis techniques were collected through google form questionnaires with descriptive analysis techniques and tested for validity and reliability and continued with hypothesis testing using the Partial Least Square (PLS) method and assisted using the SmartPLS 3.0 application. Hypothesis testing in this study used inner model analysis, outer model, and t-statistical test with a significance level of 5% (0,05). The result obtained in this study are (1) Instagram social media marketing variables have a positive and significant effect on purchasing decisions with an Original Sample value of 0,418 (2) brand image variables have a positive and insignificant effect on purchasing decisions with an Original Sample value of 0,151 (3) service quality variables have a positive and significant effect on purchasing decisions with an Original Sample of 0,373.

Keywords: *Instagram Social Media Marketing, Brand Image, Service Quality, Purchasing Decisions.*

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI KENANGAN

By Qamilla Nurul Halimah

Abstrak

Penelitian ini adalah penelitian secara kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *social media marketing* Instagram, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan. Populasi sampel pada penelitian ini adalah 100 responden konsumen Kopi Kenangan di Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik analisis data dikumpulkan melalui kuesioner *google form* dengan teknik analisis data deskriptif dan diuji validitas serta reliabilitas dan dilanjutkan dengan pengujian hipotesis menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dan dibantu menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis inner model, outer model, dan uji t-statistik dengan taraf signifikansi 5% (0,05). Hasil yang didapat pada penelitian ini adalah (1) variabel *social media marketing* Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,418 (2) variabel citra merek berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai *Original Sample* sebesar 0,151 (3) variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan *Original Sample* sebesar 0,373.

Kata Kunci: Social Media Marketing Instagram, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian



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 GENAP TA. 2022/2023

Hari ini Rabu , tanggal 21 Juni 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Qamilla Nurul Halimah

No.Pokok Mahasiswa : 1910111218

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Social Media Marketing, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus **)

Penguji

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

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 21 Juni 2023

Mengesahkan

A.n DEKAN

Kaprodi Manajemen S.

Siti Hidayati, SE, MM.

PRAKATA

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang telah melimpahkan rezeki dan nikmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing*, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kenangan”. Pada kesempatan ini peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Selanjutnya, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Suharyati., SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, bimbingan, serta arahan selama proses pembuatan skripsi berlangsung sehingga penelitian dapat menyelesaikan penelitian ini. Selanjutnya, peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada seluruh Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan banyak bantuan selama proses penelitian berlangsung. Begitu juga dengan seluruh responden, peneliti ucapkan terima kasih sebanyak-banyak yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu dalam pengisian kuesioner.

Ucapan terima kasih juga peneliti ucapkan kepada Bapak Iswan, Ibu Mieke, Hani, dan Aidan selaku keluarga tercinta, yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan semangat dan doa untuk menyelesaikan penelitian ini. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga dukungan, doa, dan bantuan serta kebaikan kalian dibalas oleh Allah Subhanahu Wa Ta’ala. Amiin yaa Robbal Alamiin. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Penulis sangat terbuka untuk kritik dan saran yang membangun demi kebaikan skripsi ini.

Jakarta, 22 Juni 2023

Qamilla Nurul Halimah

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	ii
SKRIPSI.....	iii
Abstract.....	iv
Abstrak.....	v
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah	7
I.3 Tujuan Penelitian.....	8
I.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	9
II.1 Landasan Teori.....	9
II.1.1 Pemasaran	9
II.1.2 Manajemen Pemasaran	10
II.1.3 Keputusan Pembelian	10
II.1.8 Citra Merek	14
II.1.10 Kualitas Pelayanan.....	16
II.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
II.3 Model Penelitian Empiris	29
II.3.1 Social Media Marketing Instagram terhadap Keputusan Pembelian	29
II.3.2 Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	29
II.3.3 Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	30
II.4 Hipotesis	30
BAB III.....	31
III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
III.1.1 Definisi Operasional	31
III.1.2 Pengukuran Variabel	31
III.2 Populasi dan Sampel.....	32
III.2.1 Populasi	32
III.2.2 Sampel	33

III.3 Teknik Pengumpulan Data	34
III.3.1 Jenis Data.....	34
III.3.2 Sumber Data	34
III.3.3 Teknik Pengumpulan Data	34
III.4 Teknik Analisis Data	35
III.4.1 Teknik Analisis Data Deskriptif.....	36
III.4.2 Teknik Analisis Data Inferensial	38
III.4.3 Uji Hipotesis.....	43
BAB IV	45
IV.1 Deskripsi Obyek Penelitian	45
IV. 1.1 Profil Perusahaan Kopi Kenangan	45
IV.2 Deskripsi Data Penelitian	46
IV.2.1 Deskripsi Data Responden	46
IV.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis	48
IV.3.1 Analisis Data Deskriptif	48
IV.3.2 Analisis Inferensial.....	53
IV.3.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	60
IV.3.2.1.3 Uji R Square	61
IV.3.2.1.4 Uji Q Square.....	62
IV.3.3 Uji Hipotesis	62
IV 3.3.1 Uji t (Uji Parsial)	63
IV.4 Pembahasan.....	65
IV.4.1 Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian.....	66
IV.4.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	68
IV.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	69
IV.5 Keterbatasan Penelitian	71
BAB V	72
V.1 Kesimpulan	72
V.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	78
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2.....	85
Data Kuesioner 100 Responden	85
RIWAYAT HIDUP	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Pengguna Media Sosial Global (dalam Miliar)	1
Tabel 2 Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (Juta Orang)	1
Tabel 3. Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia	2
Tabel 4. Jenis Gerai Kedai Kopi Favorit	3
Tabel 5. Top Brand Index Kedai Kopi Fase 1	3
Tabel 6. Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait Keputusan Pembelian	26
Tabel 7. Pengukuran Variabel	31
Tabel 8. Skala Likert	34
Tabel 9. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	35
Tabel 10. Urutan Jawaban Responden	36
Tabel 11. Interpretasi Nilai Indeks Responden	37
Tabel 12. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	42
Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 15. Karakteristik Responden Menurut Jenis Pekerjaan	47
Tabel 16. Interpretasi Nilai Indeks Responden	48
Tabel 17. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	49
Tabel 18. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Social Media Marketing (X1)	50
Tabel 19. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X2)	51
Tabel 20. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	53
Tabel 21. Loading Factor.....	57
Tabel 22. Hasil Nilai Cross Loading	58
Tabel 23. Average Variance Extracted (AVE)	60
Tabel 24. Hasil Nilai Composite Reliability	60
Tabel 25. Hasil Nilai Cronbach Alpha	61
Tabel 26. R-Square	61
Tabel 27. Q-Square	62
Tabel 28. Nilai Koefisien Jalur (Path Coefficients)	62
Tabel 29. Uji t - Statistik	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Laman Media Sosial Instagram Kopi Kenangan	5
Gambar 2. Metode Penelitian	30
Gambar 3. Tahapan Analisis PLS	38
Gambar 4. Konstruksi Diagram Jalur PLS Penelitian	39
Gambar 5. Logo Perusahaan Kopi Kenangan	45
Gambar 6. Nilai Loading Factor	54
Gambar 7. Re-estimasi Pertama Nilai Loading Factor Outer Model	56
Gambar 8. Inner Model	64