



**ANALISIS PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA*, HARGA
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA MINUMAN KOPI JANJI JIWA**

SKRIPSI

RIZKA AMALIA- 2010111179

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

2023



**ANALISIS PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA*, HARGA
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA MINUMAN KOPI JANJI JIWA**

SKRIPSI

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

RIZKA AMALIA- 2010111179

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Rizka Amalia

NIM. : 2010111179

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

Jakarta, 27 September 2023

Yang menyatakan



(Rizka Amalia)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMI

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

Nama : Rizka Amalia

NIM : 2010111179

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 Exklusif Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Analisis Pengaruh Promosi Social Media, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Minuman Kopi Janji Jiwa

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan ini 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 mencatumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 18 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Rizka Amalia)

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA*, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MINUMAN KOPI JANJI JIWA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Rizka Amalia 2010111179

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 18 Desember 2023
Dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D
Ketua Penguji



Rosali Sembiring Colia SE, MM
Penguji I



Lina Aryani, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E., M.M
Dekan



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

ANALISIS PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA*, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MINUMAN KOPI JANJI JIWA

Oleh Rizka Amalia

Abstract

Coffee consumption has evolved into a way of life over time. This is demonstrated by the quick growth of cafés and coffee shops in Jakarta. The growing number of coffee shops is making competition in the coffee drink industry more intense. The purpose of this study is to determine, examine, and demonstrate whether consumer interest in purchasing is influenced by social media advertising, pricing, and product quality. People who had never bought Janji Jiwa coffee drink items made up the study's population. One hundred individuals served as the research sample. utilizing SmartPLS 3 software and the Partial Least Square (PLS) analytical method. The findings indicate that purchasing interest is positively and significantly influenced by the product quality variable, while the social

Keywords: *Social Media Promotion, Price, Product Quality, Purchase Interest*

ANALISIS PENGARUH PROMOSI *SOCIAL MEDIA*, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MINUMAN KOPI JANJI JIWA

Oleh Rizka Amalia

Abstrak

Seiring berkembang zaman, meminum kopi kini sudah menjadi gaya hidup. Pesatnya perkembangan kafe dan kedai kopi di Jakarta menjadi bukti dari situasi ini. Persaingan bisnis minuman kopi semakin ketat karena semakin banyaknya kedai kopi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan apakah promosi *social media*, harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Populasi dalam penelitian ini yaitu orang yang belum pernah membeli produk minuman kopi janji jiwa. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 orang. Menggunakan Teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan software SmartPLS 3. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan variabel promosi *social media* dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: Promosi *Social Media*, Harga, Kualitas produk, Minat Beli

BERITA ACARA UJIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi dihadapan Tim pada hari Senin, 18 Desember 2023:

Nama : Rizka Amalia
No.Pokok Mahasiswa : 2010111179
Program : Manajemen S.1

“Analisis Pengaruh Promosi Social Media, Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Minuman Kopi Janji Jiwa”

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus **)

Tim Penguji

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|---------------------------------|---------------|--------------|
| 1 | Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D | Ketua | 1. |
| 2 | Rosali Sembiring Colia SE, MM | Anggota I | 2. |
| 3 | Lina Aryani, SE, MM | Anggota II**) | 3. |

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, Desember 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi Manajemen S.1

Seri

Siti Hidayati, S.E., M.M.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul "Analisis Promosi Social Media, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Minuman Kopi Janji Jiwa". Sebagai salah satu kriteria penyelesaian program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Dr. Antar Venus MA Comm., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, M.M. selaku Kepala Jurusan Program Studi Manajemen, Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Ibu Lina Aryani, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan waktu dalam membimbing dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan usulan penelitian ini.

Terima kasih juga kepada orang tua penulis yang selalu mendukung, membantu dan mendoakan selama penulis menyelesaikan usulan penelitian ini dan teman seperbimbingan yang telah membantu penulis selama menyelesaikan usulan penelitian ini. Penulis berharap semoga laporan penelitian skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemahaman dalam bidang pemasaran, serta dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan penelitian skripsi ini.

Jakarta, 25 September 2023

Rizka Amalia

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS..... | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN | v |
| <i>Abstract</i> | vi |
| Abstrak | vii |
| BERITA ACARA UJIAN..... | viii |
| PRAKATA | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3. Tujuan Penelitian | 10 |
| 1.4. Manfaat Penelitian | 10 |
| BAB II..... | 12 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 12 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 12 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu..... | 22 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 31 |
| 2.4 Pengembangan Hipotesis | 32 |
| BAB III | 33 |

| | |
|---|-----------|
| METODOLOGI PENELITIAN | 33 |
| 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 33 |
| 3.1.1 Definisi Operasional..... | 33 |
| 3.1.2 Pengukuran Variabel..... | 34 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 35 |
| 3.2.1 Populasi..... | 35 |
| 3.2.2 Sampel..... | 35 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 37 |
| 3.3.1 Jenis Data..... | 37 |
| 3.3.2 Sumber Data | 37 |
| 3.3.3 Pengumpulan Data | 37 |
| 3. 4 Teknik Analisis Data | 40 |
| 3.4.1 Analisis Data Deskriptif | 40 |
| 3.4.2 Analisis Inferensial | 42 |
| BAB IV..... | 51 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 51 |
| 4.1 Deskripsi Obyek Penelitian | 51 |
| 4.2 Deskripsi Data Penelitian | 52 |
| 4.2.1 Deskripsi Data Responden..... | 53 |
| 4.2.2 Analisis Data Deskriptif | 55 |
| 4.3 Uji Hipotesis dan Analisis | 60 |
| 4.3.1 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 60 |
| 4.3.2 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 67 |
| 4.3.3 Uji Hipotesis..... | 68 |
| 4.4 Pembahasan | 70 |
| 4.4.1 Pengaruh Promosi Social Media terhadap Minat Beli | 71 |
| 4.4.2 Pengaruh Harga terhadap Minat beli..... | 72 |
| 4.4.3 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli | 73 |
| BAB V | 75 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 75 |
| 5.1 Kesimpulan | 75 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian..... | 75 |
| 5.3 Saran..... | 76 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | 77 |
| RIWAYAT HIDUP | 81 |
| LAMPIRAN..... | 82 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. Peneliti Terdahulu..... | 27 |
| Tabel 2. Pengukuran Variabel | 34 |
| Tabel 3. Skala <i>Likert</i> | 38 |
| Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian | 39 |
| Tabel 5. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert..... | 40 |
| Tabel 6. Nilai Persentase Responden | 42 |
| Tabel 7 Kriteria Tingkat Reliabilitas | 47 |
| Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Kecamatan di Jakarta Timur. | 55 |
| Tabel 9 Interpretasi Nilai Indeks..... | 56 |
| Tabel 10 Hasil Jawaban Responden Terhadap Minat Beli (Y)..... | 56 |
| Tabel 11 Hasil Jawaban Responden Terhadap Promosi <i>Social Media</i> | 57 |
| Tabel 12 Hasil Jawaban Responden Terhadap Harga..... | 58 |
| Tabel 13 Hasil Jawaban Responden Terhadap Kualitas Produk | 59 |
| Tabel 14 <i>Outer Loading Factor</i> | 62 |
| Tabel 15 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 64 |
| Tabel 16 Hasil <i>Cross Loading</i> Uji Validitas Diskriminan..... | 64 |
| Tabel 17 Cronbach's Alpha..... | 66 |
| Tabel 18 <i>Composite Reliability (CR)</i> | 66 |
| Tabel 19 R-Square..... | 67 |
| Tabel 20 Uji Statistik T | 68 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1 Jenis Minuman Rasa Yang Dikonsumsi Masyarakat Indonesia..... | 3 |
| Gambar 2 Jumlah Kedai Kopi di Indoneia Berdasarkan Merek 2019..... | 4 |
| Gambar 3 Top Brand Award 2021 "Coffee Cafe" | 7 |
| Gambar 4 Top Brand Award 2022 Kategori " Kedai Kopi" dan Kategori "Toast Chain" | 8 |
| Gambar 5 Kerangka Pemikiran..... | 31 |
| Gambar 6 Outer Model | 44 |
| Gambar 7 Inner Model..... | 45 |
| Gambar 8 Logo Kopi Janji Jiwa..... | 51 |
| Gambar 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 53 |
| Gambar 10 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 54 |
| Gambar 11 Hasil Pengujian Outer Model..... | 61 |
| Gambar 12 <i>Inner Model</i> | 70 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Peneliti Terdahulu | 82 |
| Lampiran 2 Kuesioner Penelitian | 87 |
| Lampiran 3 Data Jawaban Responden | 95 |
| Lampiran 4 Karakteristik Data Responden | 111 |
| Lampiran 5 Data Deskriptif Variabel | 113 |
| Lampiran 6 Analisis Outer Model | 116 |
| Lampiran 7 Uji Validitas | 117 |
| Lampiran 8 Uji Reliabilitas | 120 |
| Lampiran 9 Inner Model | 121 |
| Lampiran 10 Uji Koefisien Determinasi | 122 |
| Lampiran 11 Uji T-Statistik | 123 |
| Lampiran 12 Hasil Turnitin | 124 |