



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MILENIAL PADA *PROVIDER SMARTPHONE* (STUDI PADA
PENGGUNA PROVIDER SIMPATI)**

SKRIPSI

ARDIO GALANG PRASETYO 1610111186

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

2020



**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MILENIAL PADA *PROVIDER SMARTPHONE* (STUDI PADA
PENGGUNA PROVIDER SIMPATI)**

SKRIPSI

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

ARDIO GALANG PRASETYO 1610111186

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ardio Galang Prasetyo

NIM : 1610111186

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

Jakarta, 7 Juli 2020

Yang menyatakan,



Ardio Galang Prasetyo

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ardio Galang Prasetyo
NIM : 1610111186
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen Program Sarjana
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:

Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Pada *Provider Smartphone* (Studi Pada Pengguna *Provider Simpati*)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/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: 7 Juli 2020

Yang menyatakan,



Ardio Galang Prasetyo

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MILENIAL PADA
PROVIDER SMARTPHONE (STUDI PADA PENGGUNA PROVIDER
SIMPATI)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

ARDIO GALANG PRASETYO

1610111186

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 7 Juli 2020
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM
Ketua Penguji



Dr. M.B. Nani Ariani, SE, MM
Penguji I



Dr. Alfatih S Manggabarani, SE, MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Desmintari, SE, MM
Ketua Jurusan Manajemen



Wahyudi, SE, MM
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 7 Juli 2020

***ANALYSIS OF DECISIONS FOR PURCHASE OF MILLENIAL
CONSUMERS ON THE SMARTPHONE PROVIDER (STUDY ON SIMPATI
PROVIDER USERS)***

By

Ardio Galang Prasetyo

Abstract

This research is a quantitative study with the aim of analyzing or knowing the effect of social media marketing and brand image on purchasing decisions. The population used for this study is the millennial generation that uses the Simpati provider in East Jakarta. sampling of 50 respondents, with the sampling method non probability sampling and using purposive sampling technique. Collecting research data through distributing online questionnaires in the form of google form. This research data analysis technique used inferential analysis method through PLS (partial least square) with SmartPLS 3.2 software. The results of this study indicate that (1) Social Media Marketing has no significant effect on purchasing decisions. (2) Brand Image has a significant effect on Purchasing Decisions.

Keywords: *Social Media Marketing, Brand Image, and Purchasing Decisions*

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MILENIAL PADA
PROVIDER SMARTPHONE (STUDI PADA PENGGUNA PROVIDER
SIMPATI)**

Oleh

Ardio Galang Prasetyo

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan tujuan menganalisis atau mengetahui pengaruh *social media marketing* dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah generasi milenial yang menggunakan *provider* Simpati di Jakarta Timur. Pengambilan sampel sebanyak 50 responden, dengan metodenya pengambilan sampel *non probability sampling* dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data penelitian melalui penyebaran kuesioner *online* berbentuk *google form*. Teknik analisis data penelitian ini memakai metode analisis inferensial melalui PLS (*partial least square*) dengan software SmartPLS 3.2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Social Media Marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. (2) *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Social Media Marketing, Brand Image, dan Keputusan Pembelian*



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971

Laman : www.upnvi.ac.id, e-mail : febupnvi@upnvi.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2019/2020

Hari ini selasa, tanggal 7 Juli 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Ardio Galang Prasetyo

NIM : 1610111186

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut : Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Milenial Pada *Provider Smartphone* (Studi Pada Pengguna *Provider Simpati*)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Prasetyo Hadi, SE, MM	Ketua	1.
2	Dr. M.B. Nani Ariani, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Alfatih S Manggabarani, SE, MM	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 7 Juli 2020
Mengesahkan
A.n. Dekan
Kepala Program Studi
Manajemen Program Sarjana

Wahyudi.,S.E.,M.M.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga usulan penelitian dengan judul “Analisis Keputusan Pembelian konsumen milenial pada provider smartphone (Studi pada pengguna Provider Simpati)” berhasil diselesaikan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Ariefiara, C.A., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ibu Dr. Desmintari, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen, serta Bapak Wahyudi, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana. Lalu penulis juga berterima kasih kepada Ibu Dr. Alfatih S. Manggabarani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Tati Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran dan semangat yang sangat bermanfaat bagi penulis, serta penulis ucapkan terimakasih pada Ibu Yuliniar SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan motivasi, saran dan nasihat yang bermanfaat selama penulis menjadi mahasiswa di UPN “Veteran” Jakarta dan seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis sepanjang masa perkuliahan.

Disamping itu, penulis ucapkan terimakasih kepada Ayah Agus Noerfans dan Ibu Arie Mujiastuti selaku orangtua tercinta dan tersayang serta seluruh keluarga yang memberikan doa dan serta dukungan kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih mendalam kepada sahabat-sahabat yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi penulis, serta seluruh teman-teman S1 Manajemen 2016 yang tidak dapat penulis ucapkan satu per satu.

Jakarta, 7 Juli 2020

Ardio Galang Prasetyo

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah	6
I.3. Tujuan Penelitian.....	6
I.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1. Tinjauan Pustaka	8
II.1.1. Pemasaran.....	8
II.1.2. Keputusan Pembelian	8
II.1.2.1. Proses Keputusan Pembelian.....	9
II.1.2.2. Struktur Keputusan Pembelian.....	11
II.1.2.3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian	11
II.1.2.4. Peran dalam Pembelian	12
II.1.3. Media Social.....	13

II.1.3.1. Karakteristik Media Sosial	13
II.1.3.2. Social Media Marketing	14
II.1.4. Brand Image	15
II.1.4.1. Kriteria Elemen Merek	16
II.1.4.2. Dimensi citra merk	16
II.1.4.3. Indikator Citra	17
II.2. Model Penelitian Empirik.....	17
II.3. Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
III.1. Definisi Operastional dan Pengukuran variabel	20
III.1.1. Definisi Operasional.....	20
III.1.2. Pengukuran Variabel	20
III.2. Metode Penentuan 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	23
III.3.3. Pengumpulan Data.....	23
III.4. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	24
III.4.1. Teknik Analisis Data	24
III.4.1.1. Analisis Data Deskriptif.....	25
III.4.1.2. Analisis PLS.....	26
III.4.2. Uji Hipotesis.....	30
III.4.2.1. Uji Signifikan Parsial (Uji t)	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
IV. 1. Deskripsi Objek Penelitian	32
IV. 1.1. Profil	32
IV. 2. Deskripsi Data Penelitian.....	33
IV. 2.1. Deskripsi Data Responden.....	33
IV. 2.2. Analisis Data Deskriptif.....	35

IV. 3. Analisis dan Uji Hipotesis	38
IV. 3.1. Uji Validitas	38
IV. 3.2. Uji Validitas Konvergen	40
IV. 3.3. Uji Validitas Diskriminan	41
IV. 3.4. Uji Reliabilitas	42
IV. 3.5. Model Struktural (<i>Inmer Model</i>).....	43
IV. 3.5.1. <i>R Square (R²)</i>	43
IV. 3.6. Uji Hipotesis	44
IV. 3.6.1. Uji <i>t-statistic</i>	44
IV. 4. Pembahasan.....	45
IV. 4.1. Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian.....	46
IV. 4.2. Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	50
V. 1. Simpulan.....	51
V. 2. Keterbatasan Penelitian	51
V. 3. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Top Brand for Teen Index 2017-2019 simcard prabayar di Indonesia.....	5
Tabel 2. Pengukuran Variabel	20
Tabel 3. Skala Likert	23
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen.....	24
Tabel 5. Peringkat Jawaban Kuesioner.....	25
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks Jawaban Responden	26
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	29
Tabel 8. Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	33
Tabel 9. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	33
Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 11. Karakteristik Responden Berdasarkan lama penggunaan	34
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Social Media Marketing.....	35
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Image	36
Tabel 14. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	37
Tabel 15. Outer Loading Factor Hasil Output PLS	40
Tabel 16. Fornell-Larcker Criterion	41
Tabel 17. Average Variance Extracted (AVE).....	41
Tabel 18. Composit Reliability	42
Tabel 19. Cronbach's Alpha.....	43
Tabel 20. Nilai R Square.....	43
Tabel 21. Hasil Uji t-Statistik.....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persentase Usia Pengguna Internet 2018 di Indonesia.....	2
Gambar 2. Urutan pengguna sosial media di dunia	4
Gambar 3. Model 5 tahap proses pembelian konsumen	9
Gambar 4. Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 5. Langkah-langkah Analisis PLS	27
Gambar 6. Kerangka Model Penelitian.....	28
Gambar 7. Outer Model	39
Gambar 8. Inner Model.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Penelitian Terdahulu
- Lampiran 2. Matriks Penelitian Terdahulu
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Data Kuesioner 50 Responden
- Lampiran 5. Deskripsi Data Responden
- Lampiran 6. Hasil Deskripsi Data Responden
- Lampiran 7. Hasil Output Outer Model PLS
- Lampiran 8. Hasil Output Inner Model PLS
- Lampiran 9. Hasil Output Model PLS
- Lampiran 10. R Tabel dan T Tabel
- Lampiran 11. Hasil Turnitin