

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, KUALITAS PRODUK
DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**

SKRIPSI

Oleh :

Nadilah Nurlaili

201710325238



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Nadilah Nurlaili

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325238

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 8 Juli 2021

Jakarta, 13 Juli 2021
MENYETUJUI,

Pembimbing



Ery Teguh Prasetyo, S.E., M.M.
NIDN 0305037705

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Nadilah Nurlaili

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325238

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 08 Juli 2021

Jakarta, 13 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Eri Bukhari, S.E., M.T
NIDN: 0309097005

Anggota Penguji I : Ery Teguh Prasetyo, S.E., M.M
NIDN: 0305037705

Anggota Penguji II : Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc
NIDN: 0303017106



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., M.M
NIDN : 0329048302

Dekan
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP
NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 11 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,



METERAI
TEMPEL
B5B3EAJX337604960

Nadilah Nurlaili

201710325238

ABSTRAK

Nadilah Nurlaili 201710325238. Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya).

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik sampling yang dipergunakan adalah Purposive Sampling dan sampel berjumlah 192 responden. Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik, statistik deskriptif, regresi linear berganda, serta uji hipotesis. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat dari responden dengan cara pengisian lembar kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23.

Dari hasil pengolahan data yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan variabel Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian). Secara simultan Media Sosial, Kualitas Produk dan Inovasi Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Media Sosial, Kualitas Produk, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Nadilah Nurlaili 201710325238. *The Influence of Social Media, Product Quality and Product Innovation on Purchasing Decisions of Scarlett Whitening Products (Case Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Bhayangkara University, Greater Raya).*

This research aims to determine the effect of social media, product quality and product innovation on the decision to purchase Scarlett Whitening products for students of the Faculty of Economics and Business, University of Bhayangkara, Greater Jakarta. This type of research is quantitative. The sampling technique used was purposive sampling and a sample of 192 respondents. The data analysis technique used classical assumption test, descriptive statistics, multiple linear regression, and hypothesis testing. The data used in this study are primary data obtained from respondents by filling out a questionnaire sheet. Data analysis used multiple linear regression with the help of SPSS version 23.

From the results of data processing carried out, the results of this study indicate that the Social Media variable has a positive and significant effect on Purchase Decisions, the Product Quality variable has a positive and significant effect on Purchase Decisions, and the Product Innovation variable has a positive and significant effect on Purchase Decisions). Simultaneously Social Media, Product Quality and Product Innovation have a significant and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords : *Social Media, Product Quality, Product Innovation, Purchasing Decision.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Media Sosial, Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”** ini dapat terselesaikan. Skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Supriyanto, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan & motivasi semasa kuliah.
5. Ery Teguh Prasetyo, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Orang tua penulis dan anggota keluarga penulis yang telah memberi doa, dorongan, bantuan dukungan material serta moral demi terselesaikannya skripsi ini.
7. Lazuardi Imani Ramadhan selaku pacar saya yang selalu memberi semangat, dan motivasi serta mendukung saya dalam pembuatan skripsi ini.
8. Teman seperjuangan Chika Dwi Desitasari, Meta Luvita Sari, Amilya Choirunnisa, Lesti Sukmawati, Shafira Rahmaida, dan Santi Putri Jayanti yang telah memberikan motivasi penulis serta menghibur penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Syaeful Prayoga dan Muhammad Ariansyah yang membantu penulis disaat kesulitan serta memberikan penjelasan dan memberikan motivasi kepada penulis.
10. Fathimah Abidah yang membantu penulis disaat kesulitan serta memberikan penjelasan dan memberikan motivasi kepada penulis.
11. Ibu dan Bapak para staff perpustakaan Graha Tanoto yang senantiasa menerima penulis untuk mencari referensi-referensi dalam penyusunan skripsi ini.
12. Ibu dan Bapak para staff Perpustakaan Nasional Republik Indonesia yang senantiasa menerima penulis untuk mencari referensi-referensi dalam penyusunan skripsi ini.
13. Ibu dan Bapak para staff Gramedia World Harapan Indah Bekasi yang senantiasa menerima penulis untuk mencari referensi-referensi dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan harapan semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda atas semua bantuan dan doanya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi para pembacanya.

Jakarta, 27 Mei 2021

Penulis



Nadilah Nurlaili

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah	7
1.6 Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Pemasaran Online.....	10
2.2 Keputusan Pembelian	10
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	10
2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.2.3 Tahap - Tahap Proses Keputusan Pembelian	12
2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	14
2.3 Media Sosial	16
2.3.1 Pengertian Media Sosial.....	16
2.3.2 Indikator Media Sosial.....	17
2.4 Kualitas Produk.....	18

2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	18
2.4.2 Karakteristik Kualitas Produk	19
2.4.3 Dimensi Kualitas Produk	20
2.4.4 Atribut Kualitas Produk	20
2.5 Inovasi Produk	21
2.5.1 Pengertian Inovasi Produk	21
2.5.2 Indikator Inovasi Produk.....	22
2.5.3 Karakteristik Inovasi Produk.....	22
2.6 Penelitian Terdahulu.....	23
2.7 Kerangka Berfikir.....	35
2.8 Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Desain Penelitian.....	37
3.2 Tahapan Penelitian	37
3.3 Model Konseptual Penelitian.....	38
3.4 Operasional Variabel.....	39
3.4.1 Variabel Independen.....	39
3.4.2 Variabel Dependen	39
3.5 Waktu dan Tempat Penelitian	41
3.5.1 Waktu Penelitian	41
3.5.2 Tempat Penelitian.....	41
3.6 Metode Pengambilan Sampel	41
3.6.1 Populasi	41
3.6.2 Sampel	41
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.8 Jenis dan Sumber Data	43
3.8.1 Jenis Data.....	43
3.8.2 Sumber Data.....	44
3.9 Metode Analisis Data	44
3.9.1 Uji Instrumen	44
3.9.2. Statistik Deskriptif.....	45
3.9.3 Uji Asumsi Klasik	45
3.9.4 Uji Regresi Linier	47
3.9.5 Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.1	Profil Perusahaan.....	50
4.1.2	Logo.....	51
4.2	Hasil Penelitian	51
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	51
4.2.2	Identitas Responden.....	52
4.3	Uji Instrumen	53
4.3.1	Uji Validitas	53
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	56
4.4	Statistik Deskriptif	57
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	58
4.5.1	Uji Normalitas.....	58
4.5.2	Uji Multikolonieritas	60
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	60
4.6	Uji Regresi Linier.....	61
4.6.1	Regresi Linier Berganda	61
4.7	Uji Hipotesis	63
4.7.1	Uji F.....	63
4.7.2	Uji T	64
4.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	65
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	66
4.8.1	Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	66
4.8.2	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.8.3	Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
4.8.4	Media Sosial, Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	69
BAB V	PENUTUP	70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Implikasi Manajerial.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penguasa Brand Perawatan Tubuh di Awal Bulan Januari 2021	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Skala Likert.....	43
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.4 Uji Validitas Media Sosial (X1).....	54
Tabel 4.5 Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	54
Tabel 4.6 Uji Validitas Inovasi Produk (X3)	55
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	55
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.9 Hasil Statistik Deskriptif.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas	60
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (F)	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (T).....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3.1 Model Konseptual.....	38
Gambar 4.1 Logo Scarlett Whitening	51
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas P-Plot	59
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 : Survey GWI Pada Triwulan Ketiga 2020..... 2



DAFTAR LAMPIRAN

Surat Persetujuan Riset	78
Uji Plagiarisme	79
Uji Referensi Skripsi.....	80
Kuesioner Penelitian	85
Tabulasi Data.....	94
Hasil Uji Spss	114
Tabel R	122
Tabel T	128
Tabel F	132
Buku Bimbingan.....	138
Daftar Riwayat Hidup.....	142

