

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VAPE
(ROKOK ELEKTRIK) DI VAPENOID GALAXY BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

Muhammad Reyhan Riyandito

202010325354



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* Dan
Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan
Pembelian Vape (Rokok Elektrik) Di
Vapenoid Galaxy Bekasi

Nama Mahasiswa : Muhammad Reyhan Riyandito

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325354

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN. 0319067606



Kardinah Indrianna Meutia, S.Pi., M.M
NIDN. 0327059101

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* Dan
Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan
Pembelian Vape (Rokok Elektrik) Di
Vapenoid Galaxy Bekasi

Nama Mahasiswa : Muhammad Reyhan Riyandito

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325354

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Juli 2024

Jakarta, 26 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Neng Siti Komariah, SE, MM
NIDN. 0327128105

Sekretaris Tim Penguji : Haryudi Anas, SE, MSM
NIDN. 0317117801

Penguji : Widi Winarso, S.E, M.M
NIDN. 0319067606

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Reyhan Riyandito
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325354
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 3 Mei 2001
Alamat : Perum Taman cikunir indah blok A11 No.9

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Sby di Bekasi Utara. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang di tulis 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, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini di pinjam dan di gandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

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

Jakarta, 26 Juli 2024
Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad Reyhan Riyandito

202010325354

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian produk vape (rokok elektrik) di Vapenoid Galaxy Bekasi. Social Media Marketing dan Kualitas Pelayanan dipilih sebagai variabel independen karena pentingnya peran keduanya dalam mempengaruhi perilaku konsumen modern. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen produk vape di Vapenoid Galaxy Bekasi. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi berganda untuk menguji hipotesis dan mengukur seberapa signifikan pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Social Media Marketing dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian vape di Vapenoid Galaxy Bekasi. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial serta peningkatan kualitas pelayanan sebagai faktor utama dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen produk vape.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to investigate the influence of Social Media Marketing and Service Quality on Purchase Decisions of vape products (electronic cigarettes) at Vapenoid Galaxy Bekasi. Social Media Marketing and Service Quality were selected as independent variables due to their significant roles in influencing modern consumer behavior. The research method employed was quantitative, utilizing a questionnaire survey administered to vape product consumers at Vapenoid Galaxy Bekasi. Data analysis involved multiple regression analysis to test hypotheses and measure the significance of Social Media Marketing and Service Quality on Purchase Decisions. The results indicate that Social Media Marketing and Service Quality together have a positive and significant influence on purchase decisions for vapes at Vapenoid Galaxy Bekasi. The implications of this study underscore the importance of effective social media marketing strategies and enhanced service quality as pivotal factors in enhancing consumer purchase decisions for vape products.

Keywords: *Social Media Marketing, Service Quality, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik. Melalui proposal ini penulis meneliti bagaimana Pengaruh *Social Media Marketing* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Vape (Rokok Elektrik) Di Vapenoid Galaxy Bekasi. Semoga proposal ini dapat berguna bagi peneliti, objek peneliti, pembaca yang membaca penelitian ini dan khususnya untuk mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis guna menyempurnakan kembali penelitian yang sudah diteliti oleh peneliti, serta bermanfaat untuk pembaca yang mencari referensi bahan bacaan

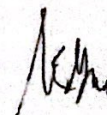
Penulis menyadari dalam penyelesaian penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih, kepada:

1. Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina, S.T., MM, selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Murti Wijayanti, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas A6 Manajemen yang telah memberikan bimbingan selama masa perkuliahan.

5. Widi Winarso, S.E., MM dan Kardinah Indrianna Meutia, S.Pi., MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyetujui dan membimbing materi skripsi penulis.
6. Neng Siti Komariah, SE., MM selaku Ketua Dosen Penguji Skripsi dan Haryudi Anas, S.E., M.S.M selaku Sekretaris Penguji Skripsi.
7. Pemilik Vapenoid Galaxy Bekasi yang telah memberikan izin riset penelitian untuk memenuhi tugas akhir bagi penulis.
8. Seluruh Bapak, Ibu, dan Saudara selaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta seluruh Staff Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mendoakan dan mendukung para Mahasiswa/I selama proses penyusunan skripsi penulis.
9. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua saya dan Saudara/I kandung saya yang selalu memberikan kasih sayang, nasihat, doa, dukungan, serta semangat.
10. Teman-teman seperjuangan skripsi yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat dalam proses pengerjaan tahap akhir skripsi.

Jakarta, 26 Juli 2024

Penulis



Muhammad Reyhan Riyandito

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 <i>Social Media Marketing</i>	6
2.1.1 Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	6
2.1.2 Manfaat <i>Social Media Marketing</i>	7
2.1.3 Indikator <i>Social Media Marketing</i>	7
2.2 Kualitas Pelayanan.....	8
2.2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	9
2.2.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	10
2.2.3 Indikator Kualitas Pelayanan	12
2.3 Keputusan Pembelian.....	13
2.3.1 Proses Keputusan Pembelian	14
2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian	16
2.4 Penelitian Terdahulu	17
2.5 Kerangka Pemikiran	20
2.6 Hipotesis.....	21
2.6.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.6.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
BAB III METODELOGI PENELITIAN	23

3.1	Desain Penelitian	23
3.2	Populasi Dan Sampel	23
3.2.1	Populasi Penelitian	23
3.2.2	Sampel Penelitian	24
3.3	Teknik Pengumpulan Data	25
3.4	Jenis Sumber Data	26
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian	26
3.5.1	Waktu Penelitian	26
3.5.2	Tempat Penelitian	26
3.6	Skala Pengukuran	27
3.7	Metode Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis	27
3.7.1	Uji Validitas	27
3.7.2	Uji Reliabilitas	28
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	28
3.7.4	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.7.5	Koefisien Determinasi	30
3.7.6	Uji Hipotesis	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Gambaran Umum Vapenoid Galaxy Bekasi	32
4.1.1	Profil Usaha	32
4.1.2	Lokasi Usaha	32
4.1.3	Visi dan Misi Vapenoid	32
4.2	Hasil Penelitian	33
4.2.1	Visi dan Misi Vapenoid	33
4.2.2	Karakteristik Responden	34
4.3	Uji Kualitas Data	37
4.3.1	Uji Validitas	37
4.3.2	Uji Reliabilitas	39
4.4	Uji Asumsi Klasik	40
4.4.1	Uji Normalitas	40
4.4.2	Uji Multikolinieritas	43
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	43

4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	44
4.6 Hasil Uji Hipotesis	46
4.6.1 Uji T	46
4.6.2 Uji F	47
4.6.2 Uji Koefisien Determinasi	48
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian	49
4.7.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	49
4.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	50
4.7.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	53
LAMPIRAN	59

