

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, LOKASI, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(*STUDI KASUS PADA TOKO SEPATU SECONDHAND BEKSIK*)**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**RIDWAN DWI PANGESTU**

**201910325418**



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

**2024**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Proposal Skripsi : Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Lokasi, dan  
*Social Media Marketing* Terhadap Keputusan  
Pembelian (Studi Pada Toko Sepatu *Secondhand*  
Beksik)

Nama : Ridwan Dwi Pangestu

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325418

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

**MENYETUJUI,**

**Pembimbing I**



Dr. Muhammad Richo Rianto, SE., M.M

NIDN. 0314118601

**Pembimbing II**



Choiroel Woestho, SE., ME

NIDN. 0325068506

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Lokasi, dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Sepatu *Secondhand* Beksik)

Nama Mahasiswa : Ridwan Dwi Pangestu

Nomor Pokok : 201910325418

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2024

Jakarta, 24 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Edward Efendi Silalahi, S.Mn., M.M  
NIDN : 0310016102

Sekretaris Tim Penguji : Hasanuddin, S.I.P., M.AP  
NIDN : 0302066905

Penguji : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M  
NIDN : 0314118601



Ketua Program Studi  
Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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

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

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Lokasi, dan *Social Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Sepatu *Secondhand* Beksik).

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang dimana sumbernya telah dituliskan secara jelas dan sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

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

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

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

Jakarta, 24 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Ridwan Dwi Pangestu

NPM : 201910325418

## ABSTRAK

**Ridwan Dwi Pangestu 201910325418.** Skripsi ini berjudul Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Lokasi, dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Sepatu *Secondhand* Beksik Bekasi)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variable bebas yaitu Promosi, Kualitas Produk, Lokasi, dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan di Toko Sepatu Beksik Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Lokasi, dan *Social Media Marketing* berpengaruh secara simultan dan parsial Terhadap Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan sepatu di Toko Sepatu Beksik Bekasi. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* dan dijadikan sampel sebanyak 115 responden.

Data dianalisis menggunakan SmartPLS. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menguji *outer* dan *inner* dengan menggunakan alat statistik SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, secara parsial *social media marketing* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil uji hipotesis t yaitu secara simultan kualitas produk dan *social media marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian keputusan pada Toko Sepatu Beksik di Bekasi.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Lokasi, *Social Media Marketing*, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

**Ridwan Dwi Pangestu 201910325418.** *This thesis is entitled The Influence of Promotion, Product Quality, Location, and Social Media Marketing on Purchasing Decisions (Study at Secondhand Shoe Store Beksik Bekasi)*

*This research aims to determine the influence of the independent variables, namely Promotion, Product Quality, Location, and Social Media Marketing on Purchasing Decisions. This research was conducted at the Beksik Bekasi Shoe Store. This research aims to find out whether the influence of promotion, product quality, location and social media marketing has a simultaneous and partial effect on purchasing decisions. The method used in this research is a quantitative method. The population in this study were all shoe customers at the Beksik Bekasi Shoe Store. Determining the number of samples in this study used accidental sampling techniques and a sample of 115 respondents was used.*

*Data was analyzed using SmartPLS. The analysis method used is a quantitative approach by testing the outer and inner using the SmartPLS statistical tool. The research results show that partially product quality has an influence on purchasing decisions, partially social media marketing has an influence on purchasing decisions. The results of the t hypothesis test are that product quality and social media marketing simultaneously influence purchasing decisions at the Beksik Shoe Store in Bekasi.*

*Keywords: Promotion, Product Quality, Location, Social Media Marketing, Purchasing Decisions*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Alhamdulillahrabbi'l'amin, segala puji penulis ucapkan kepada pencipta alam beserta isinya, Allah SWT yang telah memberikan pertolongan yang tiada terhingga penyusunan proposal skripsi ini selesai dengan baik. Proposal skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Bhayangkara JakartaRaya. Adapun judul Skripsi ini yaitu "PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, LOKASI, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (*STUDI KASUS PADA TOKO SEPATU SECONDHAND BEKSİK*)."

Dalam Kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang takterhinggakepada yang terhormat :

1. Inspektur Jendral Polisi (P) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
2. Prof. Dr. Istianingsih, M.S.Ak., C.A., CSRA, CACP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ery Teguh Prasetyo, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Dr. Muhammad Richo Rianto, SE, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan waktu untuk penyusunan skripsi ini.
6. Choiroel Woestho, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan waktu untuk penyusunan skripsi ini.
7. Kepada Yth. Kedua Orang Tua Saya dan beserta adik dan kakak saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis.
8. Untuk teman-teman saya beserta rekan – rekan kerja yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat kepada penulis.

9. Rekan – rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Tahun ajaran 2019, atas semua dukungan, semangat serta kerjasamanya dalam penyusunan skripsi ini.
10. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan tempat serta fasilitas dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat ilmu pengetahuan dibidang Manajemen bagi semua pihak.

Jakarta, 18 Juli 2024



Ridwan Dwi Pangestu



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRAK</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRACT</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>1</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB 1</b> .....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Batasan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.6 Sistematika Penulisan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II</b> .....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Landasan Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Promosi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Kualitas Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4 Lokasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5 Social Media Marketing .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Kerangka Pemikiran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.1 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.3 Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

**defined.**

- 2.4.4 Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**

**BAB III**..... Error! Bookmark not defined.

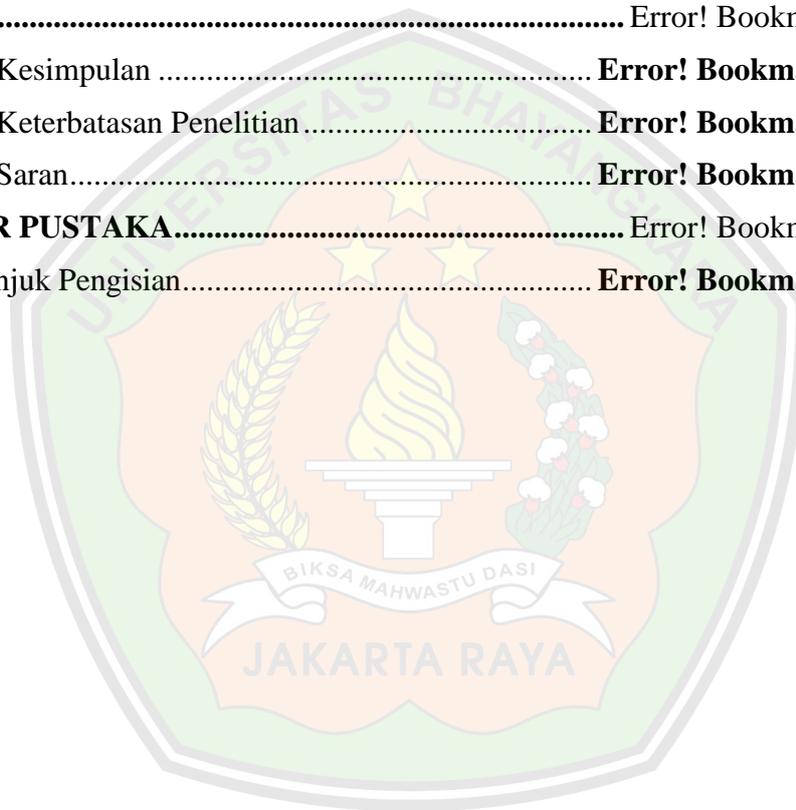
- 3.1 Desain Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2 Tahapan Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.1 Tahap Pelaksanaan ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.2 Tahap Penulisan ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.3 Tempat dan Waktu Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.4 Metode Konseptual Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.5 Variabel Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.6 Definisi Operasional Variabel ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.7 Pengukuran Variabel Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.7.1 Promosi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.7.2 Kualitas Produk..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.7.3 Lokasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.7.4 Social Media Marketing ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.7.5 Keputusan Pembelian..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.8 Metode Pengambilan Populasi dan Sampel ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.8.1 Populasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.8.2 Sampel ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.8.3 Teknik Pengambilan Sampling ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.8.4 Teknik Penentuan Jumlah Sampel ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.9 Jenis dan Sumber Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.10 Teknik Pengumpulan Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.11 Metode Analisis Data ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.11.1 Outer Model ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.11.2 Inner Model..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.12 Pengujian Hipotesis..... **Error! Bookmark not defined.**

**BAB IV** ..... Error! Bookmark not defined.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** ..... Error! Bookmark not defined.

- 4.1. Gambaran Umum ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.1.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner . **Error! Bookmark not defined.**
- 4.1.2 Identitas Responden ..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2. Hasil Analisis Data ..... **Error! Bookmark not defined.**

4.2.1	Hasil Pengukuran Outer Model.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1	Hasil Pengukuran Inner Model.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1	Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.3.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian..... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.3.2	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian .. <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.3.3	Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>BAB V</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1.	Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.3.	Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
	Petunjuk Pengisian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....	32
Tabel 3. 2 Variabel Pernyataan Promosi .....	34
Tabel 3. 3 Variabel Pernyataan Kualitas Produk .....	35
Tabel 3. 4 Variabel Pernyataan Lokasi .....	36
Tabel 3. 5 Variabel Social Media Marketing .....	37
Tabel 3. 6 Variabel Pernyataan Keputusan Pembelian .....	37
Tabel 3. 7 Skala Penilaian Likert .....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.3 Hasil Outer Loading Promosi.....	48
Tabel 4.4 Hasil Outer Loading Kualitas Produk.....	48
Tabel 4.5 Hasil Outer Loading Lokasi.....	49
Tabel 4.6 Hasil Outer Social Media Marketing.....	50
Tabel 4.7 Hasil Average Variant Extracted ( AVE ).....	50
Tabel 4.8 Hasil Composite Reliability.....	51
Tabel 4.9 Hasil Cronbach Alpha.....	52
Tabel 4.10 Hasil Nilai R – Square.....	54
Tabel 4.11 Hasil Nilai F – Square.....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis.....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Impor Pakaian Bekas .....	3
Gambar 1.2 Penjualan Toko Bekas Sikil .....	4
Gambar 2.1 Kerang Pemikiran .....	24
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian .....	31
Gambar 4.1 Suasana Toko Sepatu BEKSIK di Kota Bekasi .....	43
Gambar 4.2 Model Awal Penelitian.....	46
Gambar 4.3 Outer Model.....	47
Gambar 4.4 Inner Model.....	53



## Daftar Lampiran

1. Uji Plagiarisme
2. Uji Referensi
3. Kuesioner Penelitian
4. Daftar Pernyataan
5. Hasil Kuesioner Penelitian
6. Hasil Uji Smart PLS 4.0

