

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN
KUALITAS PELAYANAN DENGAN MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI JANJIAN
COFFEE BEKASI**

SKRIPSI

Oleh :

ADINDA DWI NURUL AULIA

202110325121



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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* Dan Kualitas Pelayanan Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Di Janjian Coffee Bekasi

Nama Mahasiswa : Adinda Dwi Nurul Aulia
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325121
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 5 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA

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

NIDN: 0326126102

NIDN: 0327037601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* Dan Kualitas Pelayanan Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Di Janjian Coffee Bekasi

Nama Mahasiswa : Adinda Dwi Nurul Aulia

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325121

Program Studi/ Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM., MBA

NIDN: 0012016601

Sekretaris : Dr. Muhammad Asif Khan, LLB, MA

Tim Penguji NIDN: 0303038004

Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA

NIDN: 0326126102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

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

NIDN: 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M.

NIDN: 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adinda Dwi Nurul Aulia
Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325121
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 21 Januari 2003
Alamat : Jl. Letnan Arsyad 1 No 50 RT. 09/012
Kayuringin Jaya, Kecamatan Bekasi Selatan,
Bekasi 17144

Dengan ini saya menyatakan bahwa,

Skripsi saya yang berjudul "Pengaruh *Social Media Marketing* dan Kualitas Pelayanan Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian". Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain, kecuali kutipan yang digunakan 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 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 mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jakarta, 12 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Adinda Dwi Nurul Aulia

202110325121

ABSTRAK

Adinda Dwi Nurul Aulia (202110325121) Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Kualitas Pelayanan Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Di Janjian Coffee Bekasi. Penelitian ini menggunakan Pendekatan kuantitatif diterapkan dalam studi ini, menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih 108 responden yang merupakan pelanggan Janjian Coffee Bekasi. Pengolahan data dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak SmartPLS 4.0, mencakup pengujian *Outer Model*, *Inner Model*, dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian mengungkapkan: 1) Sosial Media Marketing berkontribusi secara signifikan terhadap minat beli. 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli 3) Sosial Media Marketing tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. 4) Kualitas pelayan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 5) Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 6) Sosial Media Marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian melalui Minat beli. 7) Keputusan pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian melalui Minat beli.

Kata Kunci: Sosial Media Marketing, Kualitas Pelayanan, Minat Beli, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Social Media Marketing and Service Quality with Purchase Intention as an Intervening Variable on Purchase Decisions at Janjian Coffee Bekasi. This study uses a quantitative approach applied in this study, using a purposive sampling technique to select 108 respondents who are customers of Janjian Coffee Bekasi. Data processing is carried out using SmartPLS 4.0 software, including testing the Outer Model, Inner Model, and Hypothesis Testing. The results of the study reveal: 1) Social Media Marketing contributes significantly to purchase interest. 2) Service Quality has a significant to purchase interest . 3) Social Media Marketing has no influence and is not significant on purchasing decisions. 4) Service quality has a significant influence on purchase decisions. 5) Purchase Interest has a positive and significant effect on purchase decisions. 6) Social Media Marketing has a significant influence on Purchase Decisions through Purchase Interest. 7) Service decisions have a significant influence on Purchase Decisions through Purchase Interest.

Keywords: Social Media Marketing, Service Quality, Purchase Interest, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul "*Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Pelayanan Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian di Janjian Coffee Bekasi*". Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk menyelesaikan programsarjana (S1) di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi yang disusun masih belum sempurna dan belum dapat dianggap sebagai karya ilmiah yang sebenarnya. Namun, apa yang tertuang dalam skripsi ini merupakan hasil terbaik dari kemampuan penulis. Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

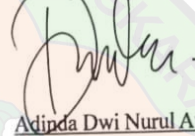
4. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik, penulis berterima kasih atas motivasi dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan tepat waktu
5. Ibu Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Dosen Pembimbing 2, penulis berterima kasih atas bimbingan saran, dan semangat yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.
6. Bapak Awi Nahrowi dan Ibu Setiawati selaku orang tua penulis yang telah memberikan doa, dukungan moral, dan dukungan finansial yang sangat berarti sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
7. Seluruh Dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah berbagi ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Kakak Perempuan Ersan Nur Aulia dan Syahwa Amalia Aziz yang telah memberikan waktu dan dukungan finansial yang sangat berarti selama perkuliahan ini
9. Teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi ini, Syifa Fauziah, Aisyah Dhiyah Utami, Nafia, Desy Puspita Sari, Alma Khairani, Alycia Agustina Regita Cahyani, Mutiara Shalsabila, Kurniawan Wiguno

luar biasa, saling mendukung, dan semangat yang tinggi dalam mengerjakan skripsi ini.

10. Teman berbagi cerita, Merchris Siregar, Fauzan Pasar Ibu, Chandra, Febrilian, Eunike Oktaviani, Krisna, Arif, Rehan yang selalu memberikan dukungan dan bantuan sebagai teman berkeluh kesah selama pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis menerima sarandankritik dari pembaca.

Jakarta, 12 Februari 2025



Adinda Dwi Nurul Aulia

202110325121



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	12
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	14
2.1 Telaah Teoritis	14
2.1.1 Teori SOR (<i>Stimulus, Organism, Respons</i>)	14
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.3 Minat Beli.....	18
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>	20
2.1.5 Kualitas Pelayanan.....	23
2.2 Telaah Empiris	25
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	30
2.3.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Minat Beli	30
2.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli	30
2.3.3 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	31
2.3.5 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian	31

2.3.6 Pengaruh Minat Beli Memediasi <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.7 Pengaruh Minat Beli Memediasi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.4 Kerangka Pemikiran	33
2.5 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Desain Penelitian.....	35
3.2 Metode Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi Penelitian	35
3.2.2 Sampel Penelitian	36
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Sumber Data	37
3.4 Model Konseptual	38
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	40
3.5.1 Definisi Variabel	40
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.5.3 Skala Pengukuran	44
3.6. Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	45
3.6.1 Metode Analisis Data SEM PLS	45
3.6.2 Penilaian Model Pengukuran (Outer Model).....	45
3.6.3 Penilaian terhadap Model Struktural (Model Internal).....	47
3.7 Desain Pengujian Hipotesis.....	50
3.7.1 Desain Pengujian Hipotesis : <i>Direct Effect</i>	50
3.7.2 Desain Uji Hipotesis : <i>Indirect Effect</i>	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum	52
4.1.1 Sejarah Singkat Janjian Coffee House Point	52
4.1.2 Lokasi Perusahaan	53
4.2 Deskripsi Data	53

4.2.1 Logo Janjian Coffee	54
4.2.2 Identitas Responden	54
4.3 Hasil Analisis Data	56
4.3.1 Model Partial Least Square	56
4.3.2 <i>Uji Outer Model</i>	58
4.3.3 <i>Uji Inner Model</i> (Model Struktural)	65
4.3.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	75
4.4 Pembahasan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Keterbatasan Penelitian	96
5.3 Saran.....	98
5.3.1 Saran untuk Perusahaan.....	98
5.3.2 Saran untuk Peneliti lain.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
DAFTAR LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kunjungan Konsumen Janjian Coffee	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3. 1 Operasional Sub Variabel	41
Tabel 3. 2 Skala Likert	44
Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan usia	55
Tabel 4. 2 Karakteristik berdasarkan pekerjaan	55
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian.....	55
Tabel 4. 4 Loading Factor	59
Tabel 4. 5 Average Variance Extracted (AVE)	61
Tabel 4. 6 Composite Reliability.....	62
Tabel 4. 7 Cross Loading	64
Tabel 4. 8 R Square	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji F-Square.....	68
Tabel 4. 10 Q Square.....	70
Tabel 4. 11 Path Coeffisient	72
Tabel 4. 12 Specific Indirect Effect.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Pra Survey Media Sosial Janjian Coffee.....	3
Gambar 1. 2 Ulasan Online Konsumen Janjian Coffee	5
Gambar 1. 3 Data Omset Janjian Coffee.....	6
Gambar 1. 4 Hasil Kuesioner Pra-Survei Terkait Keputusan Pembelian Produk Janjian Coffee.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 3. 1 Model Konseptual	39
Gambar 4. 1 Logo Janjian Coffee	54
Gambar 4. 2 Hasil olah data SmartPLS (Outer Model)	57
Gambar 4. 3 Inner Model.....	66

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Hasil Uji Plagiarisme.....	108
Lampiran 2 : Uji Referensi	110
Lampiran 3 : Angket Penelitian Kuesioner	121
Lampiran 4 : Hasil Kuesioner	127
Lampiran 5 : Hasil Uji SmartPls 4.0	138
Lampiran 6 : Buku Bimbingan Tugas Akhir	142

