

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *ELECTRONIC
WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK MIXUE DI PERUMNAS 1 BEKASI**

SKRIPSI

OLEH :

Alfian Mada Restu

202010325359



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* dan
Electronic Word of Mouth Terhadap
Keputusan Pembelian Produk *Mixue* di
Perumnas I Bekasi

Nama Mahasiswa : Alfian Mada Restu

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325359

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 7 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Dewi Sri Wulandari, P.G SE., M.Sc

NIDN. 0303017106


Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd

NIDN. 0306028501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* dan
Electronic Word of Mouth Terhadap
Keputusan Pembelian Produk *Mixue* di
Perumnas I Bekasi

Nama Mahasiswa : Alfian Mada Restu

Nomor Pokok : 202010325359

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 7 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Agus Dharmanto, SE, MM
NIDN. 0305087310

Sekretaris Tim : Dr. Milda Handayani, SE, MM

Penguji : NIDN. 0330087504

Penguji : Dr. Dewi Sri Wulandari, P.G SE., M.Sc
NIDN. 0303017106

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 dibawah ini:

Nama : Alfian Mada Restu
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325359
Tempat, Tanggal Lahir : 02 November 2002
Alamat : Bekasi Timur Regensi Blok F 10 Mustika
Jaya, Cimuning, Kota Bekasi 17155

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Mixue* di Perumnas I Bekasi. Skripsi ini adalah 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, 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 mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan

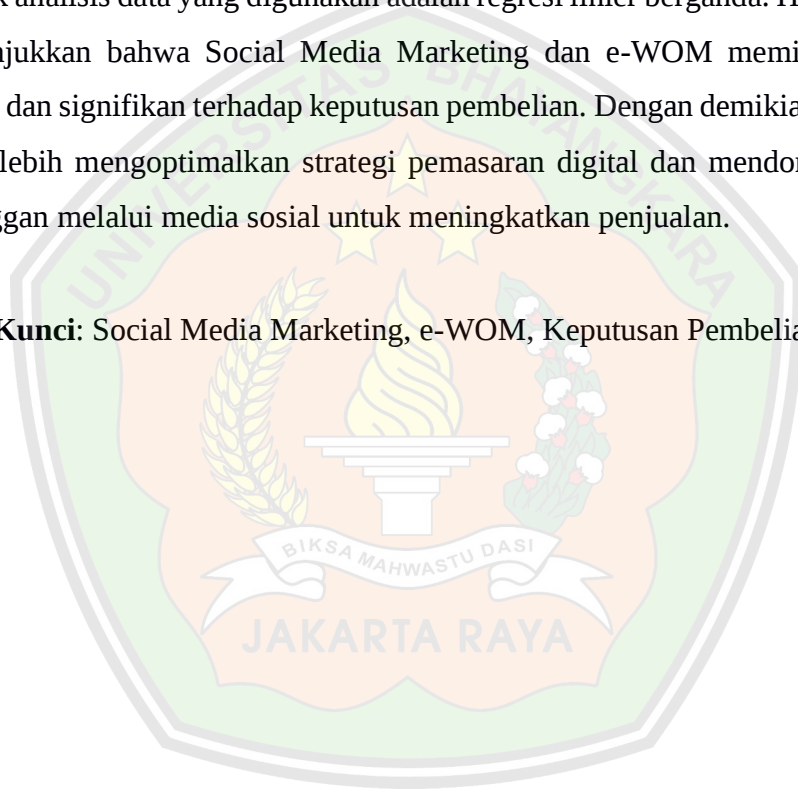


Alfian Mada Restu
202010325356

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word of Mouth (e-WOM) terhadap keputusan pembelian es krim Mixue di Perumnas 1 Bekasi. Dengan semakin berkembangnya teknologi digital, pemasaran melalui media sosial dan penyebaran informasi dari mulut ke mulut secara elektronik menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 130 responden yang telah membeli produk Mixue. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Social Media Marketing dan e-WOM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, perusahaan dapat lebih mengoptimalkan strategi pemasaran digital dan mendorong interaksi pelanggan melalui media sosial untuk meningkatkan penjualan.

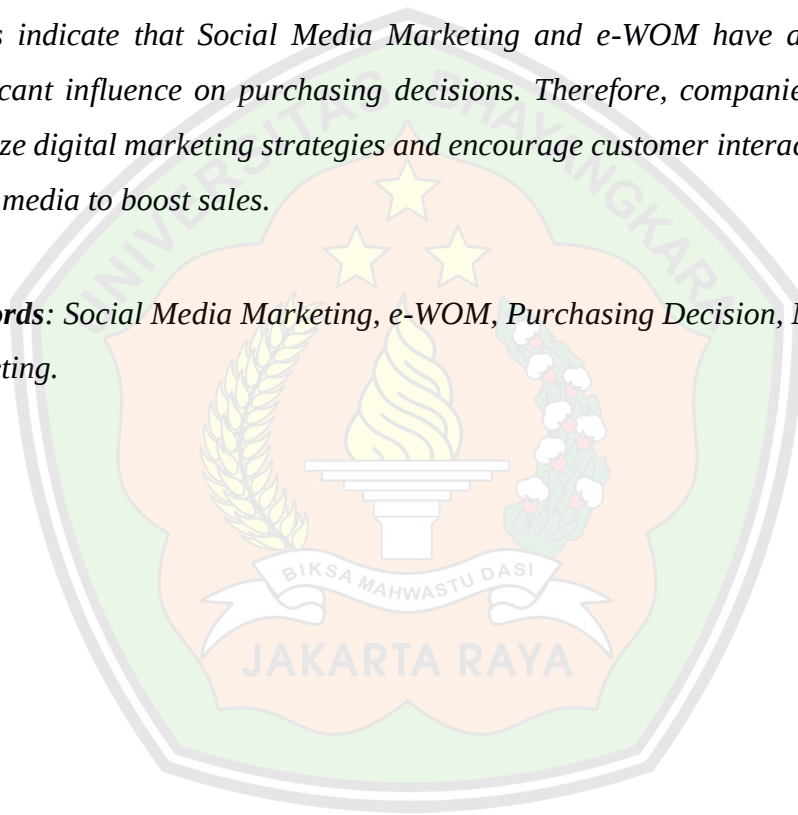
Kata Kunci: Social Media Marketing, e-WOM, Keputusan Pembelian, Mixue



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth (e-WOM) on purchasing decisions of Mixue ice cream in Perumnas 1 Bekasi. With the growing development of digital technology, marketing through social media and the spread of electronic word of mouth have become crucial factors in shaping consumer decisions. This research employs a quantitative approach by distributing questionnaires to 130 respondents who have purchased Mixue products. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results indicate that Social Media Marketing and e-WOM have a positive and significant influence on purchasing decisions. Therefore, companies can further optimize digital marketing strategies and encourage customer interactions through social media to boost sales.

Keywords: *Social Media Marketing, e-WOM, Purchasing Decision, Mixue, Digital Marketing.*



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 Beban Kerja dan *Burnout* Terhadap *Turnover Intention* Karyawan PT Swadaya Jaya Mandiri. 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 terima kasih, kepada:

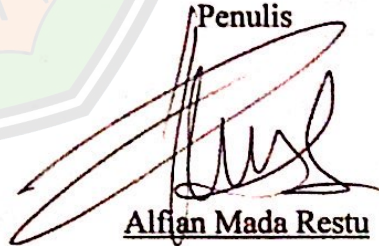
1. Bapak Inspektur Jenderal Polisi (P) Prof. Dr. Drs.H. Bambang Karsono, SH., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Ibu Murti Wijayanti, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik Kelas A06 Manajemen Angkatan 2020
5. Ibu Dr. Dewi Sri Woelandari P.G, S.E.,M.Sc selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Ferawaty Puspitorini, S.S., M.Pd selaku dosen pembimbing II yang selalu memberi bimbingan, dukungan, serta ilmu dalam

penyelesaian proposal skripsi.

6. Bapak/Ibu Dosen beserta staff dilingkungan FEB UBJ, khususnya Program Studi Manajemen yang telah banyak membantu saya selama menempuh pendidikan S-1 ini.
7. Teristimewa kepada orang tua saya yaitu bapak Ahmad dan ibu Iis Irwanti atas cinta dan kasih sayang, kesabaran dan dukungan yang selalu diberikan dan juga telah memberikan motivasi, dan doa selama penyusunan skripsi.
8. Teman-teman saya terutama : Diastri Kusuma Wardani, Dilla Agista Ningrum, S.M., Shinta Amelia Putri, S.M., Adli Nanda, Undi Dian Nufrikhat, Teguh Dikdaya, Fernando Imanuel Sitorus, Rafli Syach Putra dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya namun sering memberikan doa dan dukungan, semangat serta perhatian kepada penulis.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya namun selalu memberikan doa dan dukungan selama ini.

Jakarta, 14 Februari 2025

Penulis



Alfian Mada Restu

NPM 202010325359

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Batasan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.2 Keputusan Pembelian	12
2.3 <i>Social Media Marketing</i>	16
2.4 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	19
2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
2.6 Kerangka Pemikiran	26
2.7 Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian.....	28
3.1.1 Jenis Penelitian	28
3.1.2 Variabel Penelitian	28
3.1.3 Jenis Sumber Data.....	29
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	29

3.3	Populasi dan Sampel	29
3.3.1	Populasi	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data	30
3.5	Skala Pengukuran	31
3.5.1	Skala Instrumen	31
3.5.2	Metode Pengumpulan Data	32
3.6	Metode Analisa Dan Pengujian Hipotesis	33
3.6.1	Teknik Analisa Data	34
3.7	Tahap Penelitian	36
3.8	Model Konseptual	36
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		41
4.1	Gambar Umum Mixue Perumnas 1 Bekasi	41
4.1.1	Sejarah Singkat Mixue Perumnas 1 Bekasi	41
4.2	Hasil Penelitian	42
4.2.1	Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioner	42
4.2.2	Karakteristik responden	43
4.3	Uji Instrumen	45
4.3.1	Uji Validitas	45
4.3.2	Uji Reliabilitas	47
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	48
4.4.1	Uji Normalitas	48
4.4.2	Uji Multikolinieritas	49
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	50
4.5	Hasil Uji Analisa Data	51
4.5.1	Uji Regresi Linear Berganda	51
4.5.2	Uji Simultan f	53
4.5.3	Analisis Koefesien Determinasi (R^2)	54
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	54
4.6.1	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan pembelian	54
4.6.2	Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan pembelian	55
4.6.3	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> dan E-WOM Terhadap Keputusan pembelian	56

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Merek Ice Cream Dan Minuman dengan Jumlah Terbanyak Se Indonesia Tahun 2023	3
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	23
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50
Tabel 4.9 Hasil Uji t	51
Tabel 4.10 Hasil Uji f.....	53
Tabel 4.11 Analisis Koefisien Determinasi	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 3.1 Model Konseptual Penelitian.....	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Uji Plagiarisme
Lampiran 3	Uji Referensi
Lampiran 4	Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran 5	Biodata

