

**ANALISIS MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
SEPATU AEROSTREET**

SKRIPSI

Oleh:

Nabilah Indah Amelia

202110325357



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Media Sosial dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Melalui
Minat Beli Sepatu Aerostreet

Nama Mahasiswa : Nabilah Indah Amelia

Nomor Pokok : 202110325357

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

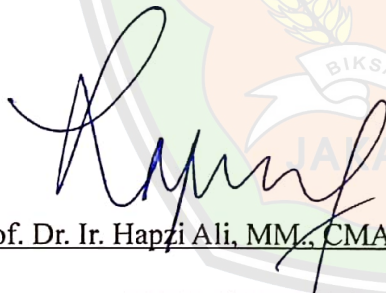
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Februari 2025

Jakarta, 13 Februari 2025

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM

NIDN. 0012016601



Dr. Muhammad Asif Khan, LLB, MA

NIDN. 0303038004

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Media Sosial dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Melalui
Minat Beli Sepatu Aerostreet

Nama Mahasiswa : Nabilah Indah Amelia

Nomor Pokok : 202110325357

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 06 Februari 2025

Jakarta, 13 Februari 2025

MENGESAHKAN,

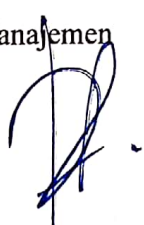
Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA
NIDN. 0326126102

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

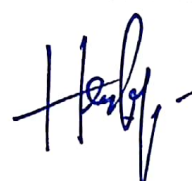
Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM
NIDN. 0012016601

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

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Analisis Media Sosial dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sepatu Aerostreet” ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas 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 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, 13 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Nabilah Indah Amelia

NPM. 202110325357

ABSTRAK

Nabilah Indah Amelia, 202110325357. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai media sosial dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada sepatu Aerostreet. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Adapun Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 responden. Skala pengukuran menggunakan skala likert. Jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder, data primer diperoleh dari kuesioner dan pra survei, data sekunder diperoleh dari penelitian terdahulu yang telah dipublikasikan pada jurnal bereputasi dan buku serta *e-books*. Uji yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji *outer model*, *inner model* dan uji hipotesis menggunakan teknik *Structural Equation Modeling – Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan *software* statistik SmartPLS versi 4.1.0.0 *for windows*. Hasil dari penelitian yang dilakukan terdapat variabel yang saling berpengaruh, seperti pada penjelasan singkat berikut ini: 1) Variabel Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli 2) Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli 3) Variabel Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian 4) Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian 5) Variabel Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Media Sosial, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Minat Beli

Abstract

The purpose of this study was to determine the description of social media and product quality on purchasing decisions through purchase interest in Aerostreet shoes. This study uses a quantitative method. The population in this study were Management Study Program Students, Faculty of Economics and Business, Bhayangkara University, Jakarta Raya. The number of samples used in this study was 120 respondents. The measurement scale used a Likert scale. The types of data used are primary data and secondary data, primary data obtained from questionnaires and pre-surveys, secondary data obtained from previous studies that have been published in reputable journals and books and e-books. The tests carried out in this study were outer model tests, inner models and hypothesis tests using the Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS) technique using SmartPLS statistical software version 4.1.0.0 for windows. The results of the research conducted show that there are variables that influence each other, as in the following brief explanation: 1) Social Media variables have a positive and significant effect on Purchase Interest 2) Product Quality variables have a positive and significant effect on Purchase Interest 3) Social Media variables have a positive and significant effect on Purchase Decisions 4) Product Quality variables have a positive and significant effect on Purchase Decisions 5) Purchase Interest variables have a positive and significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: *Media Sosial, Product Quality, Purchase Decision, Purchase Interest*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “Analisis Media Sosial dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Sepatu Aerostreet” yang di mana diselesaikan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penyusunan proposal skripsi ini mungkin tidak selesai dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan segala hormat dan kerendahan hati, ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M Selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, M.M., CMA., MPM. Selaku dosen pembimbing I Skripsi. Terimakasih atas bimbingannya, karena dengan bimbingan bapak penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
5. Dr. Muhammad Asif Khan, LLB, MA. Selaku dosen pembimbing II skripsi. Terimakasih atas bimbingannya, karena dengan bimbingan bapak penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.
6. Dody Kurniawan, S.E, M.M Selaku dosen akademik. Terimakasih atas arahan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan baik.

7. Seluruh dosen dan jajaran staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmu-ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis.

8. Bapak Sakirman dan Ibu Ricanah selaku orang tua penulis serta adik saya M. Panji Hamzah Saputra yang selalu memberikan dukungan, doa, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi tepat waktu.

9. Teman-teman yang telah memberikan dukungan, memberi motivasi, dan mendoakan, Sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi tepat waktu.

10. Terakhir, terimakasih kepada diri sendiri, Nabilah Indah Amelia karena telah bekerja keras dan berjuang sampai sejauh ini. Mampu mengendalikan diri di tengah berbagai tekanan dari luar dan tidak pernah menyerah meskipun proses penyusunan skripsi ini sangat sulit. Menyelesaikan dengan sebaik dan semaksimal mungkin adalah sebuah pencapaian yang patut di banggakan.

Jakarta, 13 Februari 2025

Penulis



Nabilah Indah Amelia

202110325357

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Sistematika Penelitian	13
BAB II	16
TELAAH PUSTAKA.....	16
2.1 Grand Theory	16
2.2 Telaah Teoritis.....	16
2.2.1 Media Sosial	16
2.2.1.1 Pengertian Media Sosial	16

2.2.1.2 Indikator Media Sosial.....	17
2.2.1.3 Dimensi Media Sosial.....	17
2.2.2 Kualitas Produk.....	18
2.2.2.1 Pengertian Kualitas Produk	18
2.2.2.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	19
2.2.2.3 Indikator Kualitas Produk.....	20
2.2.3 Minat Beli	20
2.2.3.1 Pengertian Minat Beli	20
2.2.3.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	21
2.2.3.3 Indikator Minat Beli.....	21
2.2.4 Keputusan Pembelian	23
2.2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	23
2.2.4.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	24
2.2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	26
2.3 Telaah Empiris	27
2.4 Pengaruh Antar Variabel	29
2.5 Kerangka Konseptual	33
2.6 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III.....	35
METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Desain Penelitian	35
3.2 Tahap Penelitian	35
3.2.1 Tahap Perencanaan	35
3.2.2 Tahap Pelaksanaan.....	36
3.2.3 Tahap Analisis Data.....	36

3.2.4 Tahap Penulisan	36
3.3 Model Konseptual Penelitian	36
3.4 Variabel dan Operasional Variabel Penelitian	38
3.4.1 Variabel Penelitian.....	38
3.4.2 Operasional Variabel	39
3.5 Objek dan Waktu Penelitian.....	42
3.6 Populasi dan Sampel	42
3.6.1 Populasi Penelitian.....	42
3.6.2 Sampel Penelitian	42
3.7 Metode Pengumpulan Data	44
3.7.1 Jenis Data.....	44
3.7.2 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.7.3 Teknik Pengukuran	44
3.8 Metode Analisis Data	45
3.8.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	46
3.8.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	47
3.9 Uji Hipotesis.....	47
3.9.1 Uji Hipotesis Direct Effect	47
BAB IV	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1 Profil Aerostreet.....	49
4.1.2 Visi dan Misi Aerostreet.....	51
4.1.3 Logo Aerostreet	51
4.2 Deskripsi Data	52

4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner.....	52
4.3 Hasil Analisis Data.....	55
4.3.1 Skema Mode Partial Least Square	55
4.3.2 Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Model)	55
4.3.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	60
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
BAB V.....	74
KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Keterbatasan Penelitian	76
5.3 Saran.....	76



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand dengan Penghasilan Tertinggi di Tiktok shop 12.12.2022 ...	5
Tabel 1. 2 Merek Sepatu Lokal Terbaik dan Berkualitas Tinggi di Indonesia Tahun 2024.....	6
Tabel 1. 3 Pra Riset Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	9
Tabel 2. 1 Telaah Empiris.....	27
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	39
Tabel 3. 2 Skala Likert	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Angkatan Responden.....	54
Tabel 4. 4 Outer Model (Loading Factor)	56
Tabel 4. 5 Average Variance Extracted.....	57
Tabel 4. 6 Hasil Cross Loading	58
Tabel 4. 7 Hasil Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	59
Tabel 4. 8 Hasil R-square	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Data Penjualan Aerostreet 2020 - 2023	3
Gambar 1. 2 Aerostreet di E-Commerce Shopee 2021	7
Gambar 1. 3 Ulasan Online dengan Kualitasnya yang Kurang Baik	8
Gambar 1. 4 Grafik Pra Riset Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	11
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	33
Gambar 3. 1 Model Konseptual	37
Gambar 4. 1 Logo Aerostreet	52
Gambar 4. 2 Outer Model	55
Gambar 4. 3 Inner Model	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	89
Lampiran 2 Uji Referensi.....	90
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 4 Tabulasi Data Penelitian	110
Lampiran 5 Hasil Uji SmartPLS	122
Lampiran 6 Buku Bimbingan.....	126
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	129

