

**PENGARUH PROMOSI MELALUI WHATSAPP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WASU STORE**

**SKRIPSI**



disusun oleh

Agus Indrawan

19.92.0160

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**PENGARUH PROMOSI MELALUI WHATSAPP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WASU STORE**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Gelar Sarjana  
Pada Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

Agus Indrawan

19.92.0160

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2023**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH PROMOSI MELALUI WHATSAPP TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WASU STORE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh


**Agus Indrawan**

**19.92.0160**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 10 Februari 2023

**Dosen Pembimbing**



**Suyatmi, S.E., M.M**

**NIK. 190302019**

**PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PENGARUH PROMOSI MELALUI WHATSAPP TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WASU STORE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Agus Indrawan**

**19.92.0160**

telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
pada 24 Februari 2023

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Suyatmi, S.E., M.M**

**NIK. 190302019**

**Yusuf Amri Amrullah, SE, MM**

**NIK. 190302308**

**Reza Widhar Pahevi., SE., MM**

**NIK. 190302125**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis

24 Februari 2023

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.**

**NIK. 190302125**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 07 Maret 2023



Agus Indrawan

19.92.0160

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur, Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta)
- 2) Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
- 3) Suyatmi, S.E.,M.M selaku Kaprodi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta dan juga Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan membimbing penulis dengan sabar dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi
- 4) Wasu Store selaku perusahaan yang telah membantu dan berkenan untuk dijadikan sebagai objek penelitian, sehingga penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar.

- 5) Seluruh responden yang telah meluangkan waktu dan kesediaanya dalam mengisi kuesioner, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan lancar.
- 6) Kedua orang tua penulis, Malik Ikhsan dan Maslukah, yang selalu memberi kasih sayang, mendoakan, memotivasi dan memberikan semangat kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi sampai saat ini dengan lancar.
- 7) Malita yang selalu mendukung, mendoakan dan menjadi tempat untuk berkeluh kesah penulis, sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar
- 8) Teman-teman Prodi Kewirausahaan Angkatan 2019 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih yang sudah mendoakan, memberikan semangat, memotivasi dan membantu penulis, sehingga mampu menyelesaikan skripsi dengan lancar.

Yogyakarta, Februari 2023

Agus Indrawan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b> .....	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Promosi .....	9
2.1.2 Media Sosial.....	12



2.1.3	Promosi Melalui Media Sosial.....	15
2.1.4	WhatsApp.....	17
2.1.5	Keputusan Pembelian.....	22
2.2	Hubungan Antar Variabel .....	24
2.2.1	Pengaruh WhatsApp <i>Broadcast</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	24
2.2.2	Pengaruh WhatsApp <i>Story</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.3	Penelitian Terdahulu.....	26
2.4	Kerangka Pemikiran.....	32
2.5	Hipotesis Penelitian.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>34</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	34
3.2	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.3	Sumber Data .....	35
3.4	Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
3.5	Populasi dan Sampel .....	36
3.6	Teknik Sampling .....	37
3.7	Variabel Penelitian .....	38
3.8	Definisi Operasional Variabel .....	39
3.9	Skala Pengukuran Variabel .....	46
3.10	Teknik Pengujian Instrumen.....	46

3.10.1	Uji Validitas .....	47
3.10.2	Uji Reliabilitas .....	47
3.11	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.11.1	Uji Normalitas.....	48
3.11.2	Uji Multikolinearitas .....	48
3.11.3	Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.12	Regresi Linier Berganda.....	49
3.13	Uji Hipotesis .....	50
3.13.1	Uji T (Parsial).....	50
3.13.2	Uji F (Simultan) .....	50
3.14	Uji Koefisien Determinasi .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>52</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	52
4.1.1	Sejarah Umum Wasu Store .....	52
4.1.2	Visi dan Misi Wasu Store .....	53
4.1.3	Struktur Organisasi Wasu Store .....	54
4.2	Deskripsi Data .....	54
4.3	Data Karakteristik Responden.....	55
4.3.1	Jenis Kelamin Responden .....	55
4.3.2	Usia Responden.....	56

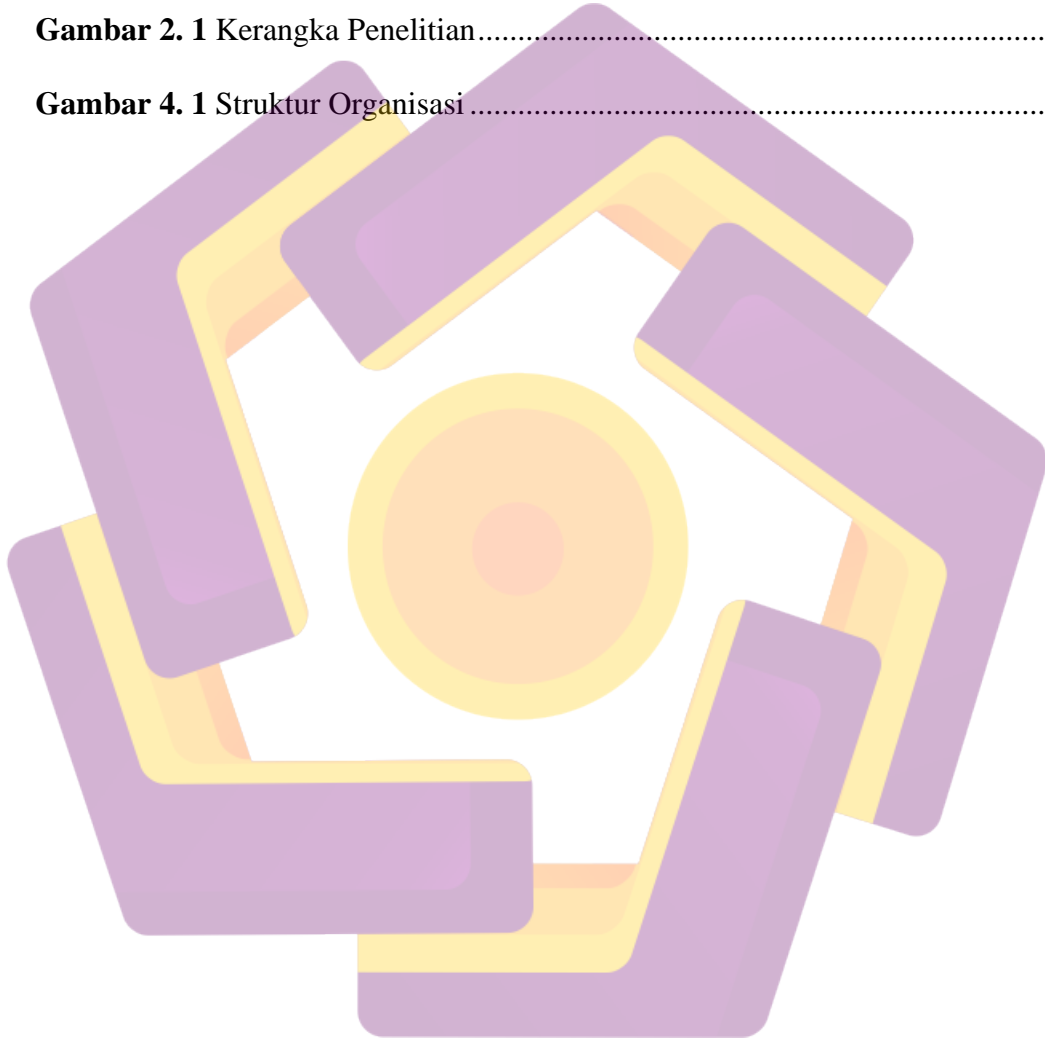
4.4	Hasil Analisis Instrumen .....	57
4.5	Uji Asumsi Klasik .....	61
4.5.1	Uji Normalitas .....	61
4.5.2	Uji Multikolinearitas .....	62
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas .....	63
4.6	Hasil Analisis Data .....	64
4.6.1	Regresi Linier Berganda .....	64
4.7	Uji Hipotesis .....	65
4.7.1	Uji T (Parsial) .....	65
4.7.2	Uji F (Simultan) .....	66
4.8	Uji Koefisien Determinasi .....	67
4.9	Pembahasan .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>73</b>
5.1	Kesimpulan .....	73
5.2	Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>75</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>78</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	26
<b>Tabel 3. 1</b> Definisi Operasional Variabel.....	39
<b>Tabel 3. 2</b> Skala Pengukuran Variabel.....	46
<b>Tabel 4. 1</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
<b>Tabel 4. 2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
<b>Tabel 4. 3</b> Hasil Uji Validitas Pretest.....	57
<b>Tabel 4. 4</b> Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....	58
<b>Tabel 4. 5</b> Hasil Uji Reliabilitas Pretest.....	60
<b>Tabel 4. 6</b> Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar.....	60
<b>Tabel 4. 7</b> Hasil Uji Normalitas.....	61
<b>Tabel 4. 8</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	64
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Regresi Linier Berganda.....	64
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji T ( Parsial).....	65
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji F (Simultan).....	67
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	68

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Data Perkembangan Dunia Digital di Indonesia 2022 .....	1
<b>Gambar 1. 2</b> Data Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan Di Indonesia Tahun 2022 .....	3
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Penelitian.....	32
<b>Gambar 4. 1</b> Struktur Organisasi.....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....</b>	<b>78</b>
<b>Lampiran 2 Data Responden .....</b>	<b>82</b>
<b>Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26 For Windows.....</b>	<b>83</b>
<b>Lampiran 4 WhatsApp broadcast dan WhatsApp story Wasu Store.....</b>	<b>89</b>



## INTISARI

Di era digital saat ini banyak bidang yang terpengaruhi oleh perkembangan teknologi salah satunya dalam bidang usaha. Promosi yang sedang berkembang saat ini dalam pemasaran yaitu content dan cara penyampaian pesan pada media sosial, maka akan terbentuk bentuk ulasan konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh WhatsApp *broadcast* terhadap keputusan pembelian, pengaruh WhatsApp *story* terhadap keputusan pembelian dan pengaruh secara simultan WhatsApp *broadcast* dan WhatsApp *story* terhadap keputusan pembelian.

Metode penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen Wasu Store, dengan sampel 109 responden dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*, yang dimana teknik pengambilan sampel tidak memberikan peluang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda menggunakan aplikasi software IBM SPSS 26 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp *broadcast* (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi sebesar  $0,013 < 0,05$ , WhatsApp *story* (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan WhatsApp *broadcast* dan WhatsApp *story* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Kata Kunci : WhatsApp *Broadcast*, WhatsApp *Story*, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*In today's digital era, many fields are affected by technological developments, one of which is in the business sector. Promotions that are currently developing in marketing, namely content and ways of delivering messages on social media, will form consumer reviews. The purpose of this study is to determine the effect of WhatsApp broadcasts on purchasing decisions, the effect of WhatsApp stories on purchasing decisions and the simultaneous effect of WhatsApp broadcasts and WhatsApp stories on purchasing decisions.*

*This research method is a descriptive method with a quantitative approach. The population of this research is Wasu Store consumers, with a sample of 109 respondents using a non-probability sampling technique, in which the sampling technique does not provide equal opportunities for members of the population to be selected as samples. The technique used in this study is multiple linear regression analysis using the IBM SPSS 26 for windows software application.*

*The results showed that WhatsApp broadcast (X1) had an effect on purchasing decisions with a significance of  $0.013 < 0.05$ , WhatsApp story (X2) had an effect on purchasing decisions, with a significance of  $0.000 < 0.05$ , and WhatsApp broadcast and WhatsApp story have a simultaneous effect on purchasing decisions with a significance of  $0.000 < 0.05$ .*

*Keywords : WhatsApp Broadcast, WhatsApp Story, Buying Decision*