

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DI INDI CATERING**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

**FITRIANTO YUDHO PRAKOSO**  
19.92.0207

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2023**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI INDI CATERING**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Kewirausahaan



**Disusun oleh:**

**FITRIANTO YUDHO PRAKOSO**  
19.92.0207

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI S1- KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
TAHUN 2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN DI INDI CATERING**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**FITRIANTO YUDHO PRAKOSO**  
19.92.0207

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

27 Juni 2023

Dosen Pembimbing,



Rahma Widyawati S.E.,MM  
NIK. 190302013

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDI CATERING**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**FITRIANTO YUDHO PRAKOSO**  
19.92.0207

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

23 Juni 2023

**Nama Penguji**

Rahma Widyawati S.E.,M.M  
NIK. 190302013

Yusuf Amri Amrullah S.E.,M.M  
NIK. 190302308

Tanti Prita Hapsari S.E.,M.Si  
NIK. 190302303

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana S.Bns  
23 Juni 2023

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.  
NIK. 190302125

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

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, Tgl Bln Tahun



Fitrianto Yudho Prakoso

NIM.19.92.0207

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Media sosial Marketing Terhadap Keputusan Pembelian di Indi Catering”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana(S1) jurusan Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari banyak rintangan dan masalah yang dihadapi, tetapi berkat dukungan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak sehingga penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Suyatmi, S.E., M.M selaku Kaprodi S1 Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membimbing dan memberikan pelajaran yang sangat berguna bagi saya dan teman-teman lainnya.
4. Rahma Widyawati, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran dan tenaga untuk memberikan masukan, bimbingan sehingga proses penyusunan skripsi berjalan dengan sangat baik.
5. Dosen Kewirausahaan yang sudah memberikan pengajaran terhadap saya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Indi Catering selaku objek penelitian yang telah mengizinkan dan mendukung penelitian kami sehingga proses penyusunan skripsi berjalan dengan lancar.

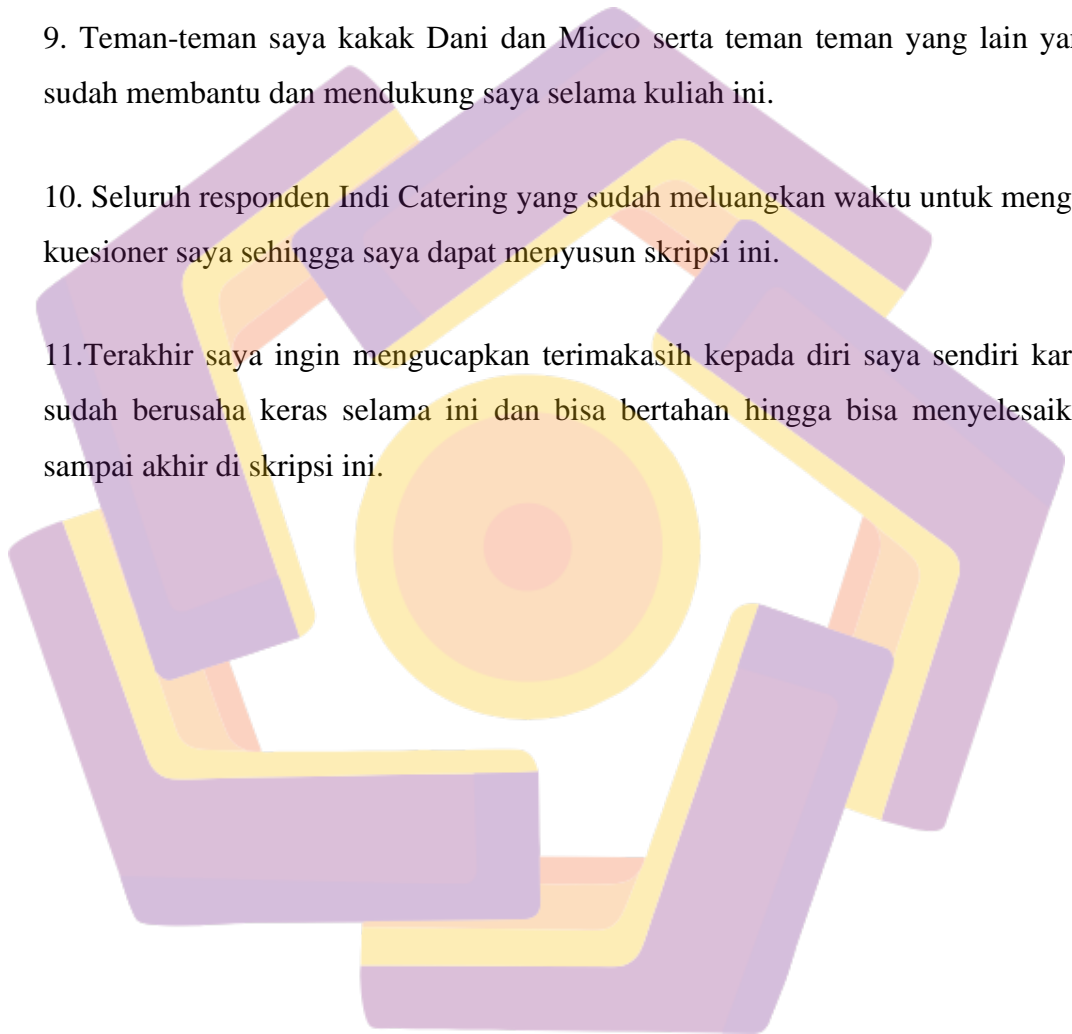
7. Keluarga saya ibu dan kakak saya yang sudah mendukung penuh saya selama kuliah ini.

8. Pdt Markus Prasetya sebagai Pendeta yang memberikan saya beasiswa sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah hingga skripsi selesai.

9. Teman-teman saya kakak Dani dan Micco serta teman teman yang lain yang sudah membantu dan mendukung saya selama kuliah ini.

10. Seluruh responden Indi Catering yang sudah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner saya sehingga saya dapat menyusun skripsi ini.

11. Terakhir saya ingin mengucapkan terimakasih kepada diri saya sendiri karna sudah berusaha keras selama ini dan bisa bertahan hingga bisa menyelesaikan sampai akhir di skripsi ini.





## DAFTAR ISI

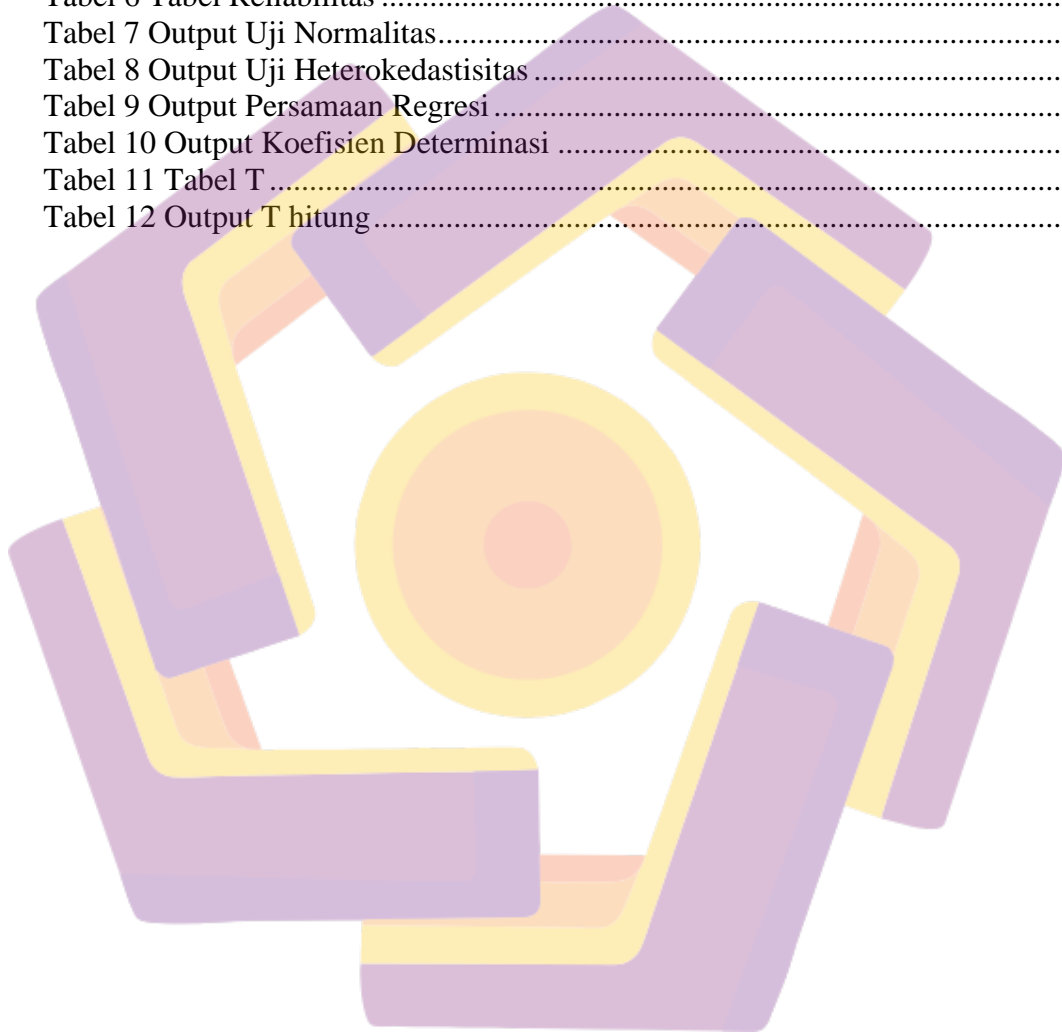
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
RINGKASAN .....	x
SUMMARY .....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2    RUMUSAN MASALAH .....	3
1.3    TUJUAN DAN MANFAAT.....	3
1.3.1    Tujuan Penelitian .....	3
1.3.2    Manfaat Penelitian .....	3
1.4    SISTEMATIKA PENULISAN .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1    LANDASAN TEORITIS .....	6
2.1.1    Media sosial Marketing .....	6
2.1.2    Keputusan Pembelian .....	8
2.1.2    Keterkaitan antar Variabel.....	10
2.2    PENELITIAN TERDAHULU .....	10
2.3    KERANGKA BERPIKIR .....	12
2.4    HIPOTESIS .....	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	14
3.1    PENDEKATAN PENELITIAN.....	14
3.2    LOKASI DAN JADWAL PENELITIAN .....	14
3.2.1    Lokasi Penelitian.....	14
3.2.1    Jadwal Penelitian.....	14
3.3    POPULASI DAN SAMPEL .....	14
3.3.1    Populasi.....	14



3.3.2	Sampel.....	14
3.4	METODE PENGUMPULAN DATA .....	15
3.4.1	Data Primer .....	15
3.4.2	Data Sekunder .....	16
3.5	METODE ANALISIS DATA .....	16
3.6	INSTRUMEN PENELITIAN .....	16
3.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	16
3.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	17
3.4.3	Uji Hipotesis .....	18
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	20
4.1	KARAKTERISTIK RESPONDEN .....	20
4.2	UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	21
4.2.1	Uji Validitas .....	21
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	22
4.3	UJI ASUMSI KLASIK .....	24
4.3.1	Uji Normalitas.....	24
4.3.2	Uji Heterokedastisitas .....	25
4.4	UJI HIPOTESIS .....	25
4.4.1	Uji Regresi Linear Sederhana .....	25
4.4.2	Koefisien Determinasi( $R^2$ ).....	27
4.4.3	Uji T .....	28
BAB V	PENUTUP.....	30
5.1	KESIMPULAN .....	30
5.2	SARAN .....	30
DAFTAR	PUSTAKA .....	31
LAMPIRAN	.....	32

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 2 Data Jumlah Kuesioner .....	20
Tabel 3 Karakteristik Responden .....	20
Tabel 4 Hasil Validitas X .....	21
Tabel 5 Hasil Validitas Y .....	22
Tabel 6 Tabel Reliabilitas .....	22
Tabel 7 Output Uji Normalitas .....	24
Tabel 8 Output Uji Heterokedastisitas .....	25
Tabel 9 Output Persamaan Regresi .....	26
Tabel 10 Output Koefisien Determinasi .....	27
Tabel 11 Tabel T .....	28
Tabel 12 Output T hitung .....	28



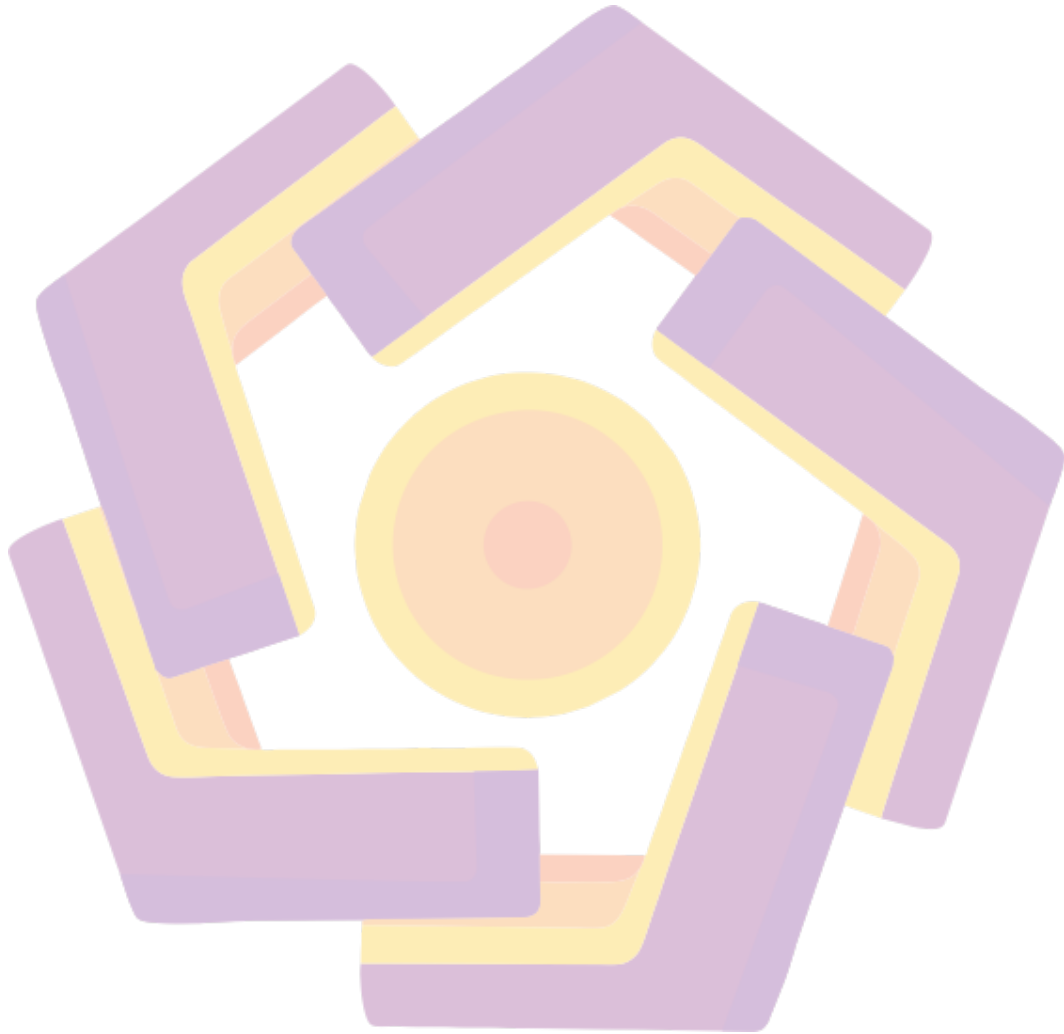
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Internet user over time.....	1
Gambar 2 Kerangka Berpikir .....	12
Gambar 3 grafik T.....	29



## DAFTAR LAMPIRAN

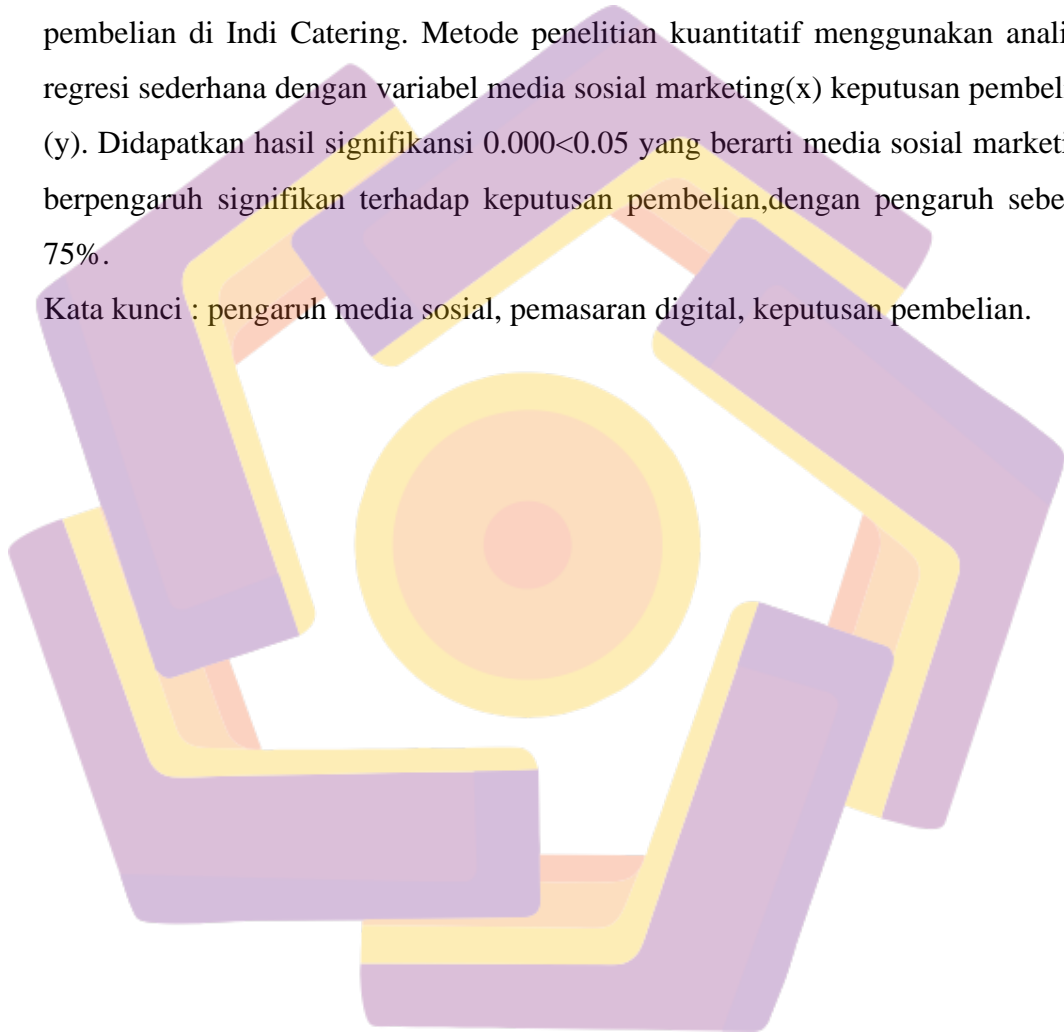
Lampiran 1 Tabel T.....	32
Lampiran 2 Output Validitas X.....	33
Lampiran 3 Output Validitas Y.....	34
Lampiran 4 Output Reliabilitas X.....	34
Lampiran 5 Output Reliabilitas Y.....	34



## RINGKASAN

Media sosial marketing adalah salah satu pemasaran yang sedang trending akhir ini, adanya media sosial menggeser konvensional marketing dan membuat beberapa perusahaan mulai beradaptasi dengan perubahan ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial marketing terhadap keputusan pembelian di Indi Catering. Metode penelitian kuantitatif menggunakan analisis regresi sederhana dengan variabel media sosial marketing(x) keputusan pembelian (y). Didapatkan hasil signifikansi  $0.000 < 0.05$  yang berarti media sosial marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan pengaruh sebesar 75%.

Kata kunci : pengaruh media sosial, pemasaran digital, keputusan pembelian.



## SUMMARY

*Social media marketing is one of the marketing trends that is trending lately, social media has shifted conventional marketing and made several companies start to adapt to this change. The purpose of this study was to determine the effect of social media marketing on purchasing decisions at Indi Catering. Quantitative research methods use simple regression analysis with social media marketing variables (x) purchasing decisions (y). The results obtained a significance of  $0.000 < 0.05$ , which means that social media marketing has a significant effect on purchasing decisions, with an effect of 75%.*

*Keywords: the influence of social media, social media, digital marketing, purchasing decisions.*

