

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM, KUALITAS  
PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN**

**SKRIPSI**



Disusun oleh:

**M.Shabhan Rezaldi**

**19.92.0137**

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

**2022**

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM, KUALITAS  
PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana

pada Program Studi Kewirausahaan



Disusun oleh:

**M.Shabhan Rezaldi**

**19.92.0137**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

## **PERSETUJUAN**

### **SKRIPSI**

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM, KUALITAS  
PRODUK, PRESEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

yang di persiapkan dan disusun oleh

**M. Shabhan Rezaldi  
19.92.0137**

telah di setujui Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 20 Juli 2022

**Dosen Pembimbing,**

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

**NIK : 190302019**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM, KUALITAS  
PRODUK, PRESEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

yang di persiapkan dan di susun oleh

**M. Shabhan Rezaldi**

**19.92.0137**

Telah di pertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 25 Agustus 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama penguji**

**Tanda tangan**

**Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI**

**NIK : 190302303**

**Yusuf Amri Amrullah, SE, MM**

**NIK : 190302308**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Kewirausahaan

29 Agustus 2022

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

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

**NIK : 190302125**

## 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, 29 Agustus 2022



M. Shabhan Rezaldi  
NIM 19.92.0137

## MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap (Al-Insyirah, 6-8).

“Barang siapa keluar untuk mencari sebuah ilmu, maka ia akan berada di jalan Allah hingga ia kembali.” – HR Tirmidzi



## PERSEMBAHAN

Dengan segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia kami haturkan rasa syukur dan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, karena atas izin dan karunia-Nya maka tugas ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji dan syukur yang tak terhingga pada Tuhan semesta alam yang meridhoi dan mengabulkan segala doa.
2. Untuk Umi dan Abah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik. Terima kasih Umi. Terimakasih Abah atas semua yang telah engkau berikan semoga diberi kesehatan dan panjang umur agar dapat menemani langkah kecilku bersama adikku tercinta M.Rayhan menuju kesuksesan.
3. Ibu Dosenku Yang Baik Hati ... Izinkanlah aku mengantarkan ucapan terima kasih, untukmu sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia mengantarkanku untuk mengantungi gelar sarjana". Semoga kebahagiaanmu juga merupakan kebahagiaanmu sebagai "guruku" yang teramat baik.
4. Bapak dan Ibu Dosen penguji dan pengajar yang selama ini telah tulus ikhlas meluangkan waktu untuk menuntun dan mengarahkan kami, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tidak ternilai harganya, agar kami menjadi lebih

baik. Terima kasih banyak atas segala jasa yang telah diberikan kepada kami.

Semoga ilmu yang kami dapat bermanfaat dikemudian hari.

5. Rekan-rekan kelas S1 Kewirausahaan, yang telah memberikan kami dukungan, semangat serta telah menemani kami selama 3,5 tahun ini. Terima kasih atas kenangan-kenangan yang telah diukir bersama baik suka maupun duka. Semoga kita menjadi orang yang bermanfaat bagi kehidupan orang lain
6. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada Haryanti selaku pacarku karena telah begitu baik dan simpatik. Saya berhasil mengatasi semua tantangan ini hanya karenamu. Dan sekarang saya memiliki harapan untuk masa depan yang lebih baik.

Akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang telah memberikan pengalaman yang sangat berarti bagi hidup saya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kemajuan ilmu pengetahuan di masa mendatang.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami 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 dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom.selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AmikomYogyakarta
3. Ibu Suyatmi S.E.,M,M selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta
4. Ibu Suyatmi S.E.,M,M selaku dosen pembimbing
5. Seluruh Dosen Pengajar, Staff dan Karyawan Universitas AMIKOM Yogyakarta
6. Bapak M.Alfhan S.pd selaku owner yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitiandi tempatnya.

7. Rekan-rekan Mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta Umumnya,  
Khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Sosial, teman-teman ku di S1  
Kewirausahaan

Akhir kata, penulis menyadari bahwa sepenuhnya akan terbatasnya pengetahuan penyusun, sehingga tidak menutup kemungkinan jika ada kesalahan serta kekurangan dalam penyusunan Skripsi, untuk itu sumbang saran dari pembaca sangat diharapkan sebagai bahan pelajaran berharga dimasa yang akan datang.

Yogyakarta, 29 Agustus 2022

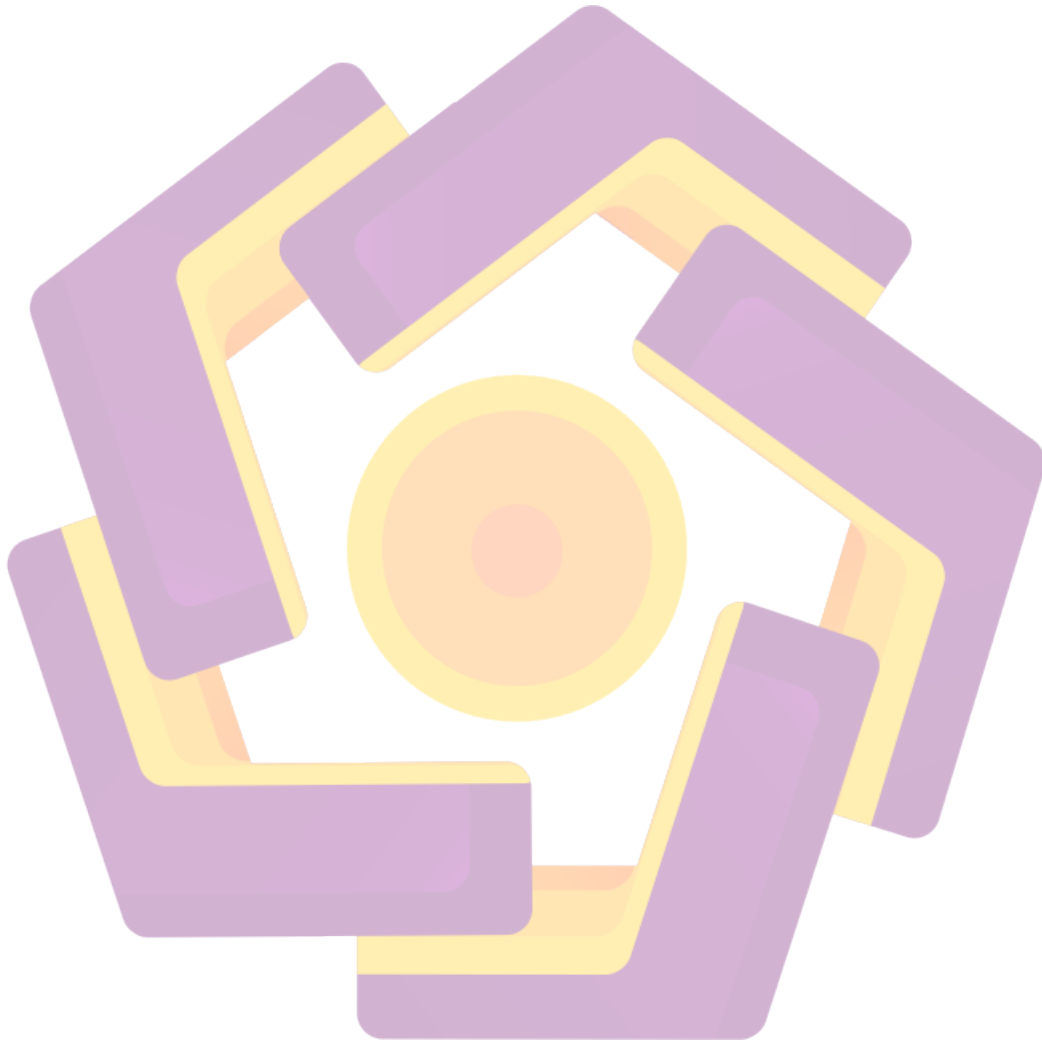
Penulis

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	vi
PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Sosial Media Marketing.....	10
2.1.2 Kualitas Produk .....	12
2.1.3 Presepsi Harga .....	14
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Kerangka Pemikiran .....	27

2.4 Hipotesis Penelitian .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Sumber Data .....	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1 Populasi .....	32
3.3.2 Sampel .....	32
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	33
3.5.1 Variabel Dependen (Keputusan Pembelian).....	33
3.5.2 Variabel Independen .....	34
3.6 Uji Kuisioner .....	39
3.6.1 Uji Validitas.....	40
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.7 Metode Analisis Data .....	41
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	41
3.7.2 Analisis Regresi Berganda.....	42
3.7.3 Uji Model.....	42
3.7.4 Uji Hipotesis (Uji parsial Hiotesis 1 s/d 3).....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Analisis Deskriptif Penelitian .....	46
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	47
4.1.3 Uji Kuesioner.....	52
4.1.4 Analisis Regresi Berganda.....	54
4.2 Pembahasan .....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>60</b>
5.1 Kesimpulan .....	60

5.2 Saran .....61  
DAFTAR PUSTAKA.....62  
LAMPIRAN .....65



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	40
Tabel 4.2 Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 4.3 Sosial Media Marketing.....	42
Tabel 4.4 Kualitas Produk.....	43
Tabel 4.5 Persepsi Harga.....	44
Tabel 4.6 Uji Validitas.....	45
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.8 Uji Noramlitas.....	46
Tabel 4.8 Hasil Analissi Regesi Berganda.....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Pengguna Mobile Internet Tahun 2017-2020 dengan Peramalan Sampai 2026 (Dalam Juta Jiwa).....	2
Gambar 1.2 Data Pengguna Internet Mobile dan Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2022.....	3



## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosial media marketing melalui instagram, kualitas produk , dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk RUMAHGAMIS. Metode pengambilan data pada penelitian ini melalui purposive sampling yaitu merupakan follower akun instagram RUMAHGAMIS yang pernah melakukan pembelian produk RUMAH GAMIS minimal sekali sehingga diperoleh sebanyak 115 responden pada penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda dan dari hasil analisis berganda diperoleh bahwa social media marketing, kualitas produk, dan persepsi harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Social media marketing, kualitas produk, persepsi harga, keputusan pembelian





## ***ABSTRACT***

*His study aims to analyze the influence of social media marketing through Instagram, product quality, and perceived price on the purchasing decisions of RUMAHGAMIS products. The data collection method in this study was through purposive sampling, namely followers of the RUMAHGAMIS Instagram account who had purchased RUMAH GAMIS products at least once so that 115 respondents were obtained in this study. The data analysis technique used in this study is multiple regression analysis and the results of multiple analysis show that social media marketing, product quality, and price perceptions partially have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Social media marketing, product quality, perceived price, purchasing decis*

