

Nomor Daftar : 19/S/KWU/25/VIII/2022

**PENGARUH PEMASARAN *YOUTUBE VLOGGER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
PO SUMBER JAYA TRANS**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh Gelar
Sarjana Bisnis (S.Bns) Program Studi Kewirausahaan*



Oleh

Muhammad Reza Perdana

NIM 1804787

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH PEMASARAN *YOUTUBE VLOGGER*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
PO SUMBER JAYA TRANS

Disetujui dan disahkan oleh:

Mengetahui,

Pembimbing I,



Arief Budiman, S.S., S.Sos., IMSMEs., CIPE
NIP. 920171219841004101

Pembimbing II,



Ismail Yusuf, S.T., MBA., CIPE
NIP.920171219870709101

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Kewirausahaan



Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd., CIPE
NIP.920171219910820201

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PEMASARAN *YOUTUBE VLOGGER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PO SUMBER JAYA TRANS”** ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Saya tidak menyalin atau mengutip dengan cara yang tidak etis. Jika pernyataan ini melanggar moral ilmu pengetahuan di kemudian hari, atau jika pihak lain menuntut kredibilitas pekerjaan saya, saya siap menanggung risiko/denda.

Bandung, 15 Agustus 2022

Yang menyatakan



Muhammad Reza Perdana

UCAPAN TERIMAKASIH PENULIS

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-nya sehingga dapat menyelesaikan karya ini tepat pada waktunya.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dukungan dari berbagai pihak. Peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Peneliti banyak menerima bimbingan, petunjuk dan bantuan serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat moral maupun material. Pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan penelitian di Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Nandang Rusmana, M.Pd. selaku Direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
3. Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd., CIPE selaku Ketua Prodi Kewirausahaan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
4. Arief Budiman, S.S., Sos, IMSME., CIPE selaku pembimbing I yang telah membimbing dengan memberikan yang terbaik untuk kelancaran skripsi penulis. Terima kasih telah meluangkan waktu dan memberikan masukan yang bermanfaat.
5. Ismail Yusuf, S.T, M.B.A., CIPE selaku pembimbing II dan pembimbing akademik yang telah mendampingi penulis untuk membuat skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran dan selalu meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
6. Para dosen di jurusan Kewirausahaan yang telah banyak berperan memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tua, Bapak Indra Kusuma Alwi dan ibu Ani Omah yang memberikan do'a, dukungan, menyayangi, mendidik dan memberikan semangat baik moral maupun material. Yang tak kenal lelah berkorban untuk

8. Kakak Rovi Puspitasari yang memberikan dukungan moril, motivasi dan membangun semangat penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Keluarga tercinta, Keluarga besar Suheri Bandung (alm.) dan keluarga besar Alwi Pangkal-Pinang (alm.) yang memberikan dukungan, semangat, kehangatan keluarga, masukan dan kasih sayang kepada penulis.
10. Pasangan tersayang, Amanda Salsabila Juandi, S.Pd. yang selalu memberikan dorongan semangat, motivasi dan arahan kepada penulis selama ini. Terima kasih sudah memberikan yang terbaik untuk penulis sehingga penulis tetap semangat dan terus bangkit menyelesaikan skripsi ini.
11. Kawan seperjuangan di kala suka dan duka selama perkuliahan, Ahmad Ridwan Rais, Erlangga Mahardhika Farizky, Hilman Imammudin, Tito Agustian, Muhammad Faris Sholahudin, Muhammad Fahmi Rizky, Muhammad Luthfi Mubarak dan Team Jepret. Terima kasih sudah menemani perjalanan penulis selama perkuliahan. Suka duka kita telah lewati dan terus memotivasi penulis untuk terus bangkit. Semoga kita kelak bertemu kembali dengan kabar kesuksesan masing-masing.
12. Teman-teman seperjuangan prodi Kewirausahaan Angkatan 2018. Terima kasih banyak untuk semuanya. 4 tahun kita lalui bersama, suka dan duka selama perkuliahan. Terima kasih atas keceriaan yang telah diberikan.
13. Teman-teman seperjuangan skripsi, M Tajul Muttaqien, Imas, Sherly Ismaya Dewi, Natasya Edila Putri dan Arip Rismawan yang saling menguatkan, saling bertukar pikiran, saling membantu dan saling mengingatkan dalam penyusunan skripsi ini.
14. Sahabat-sahabat Muhammad Fikri Sugiarto, Ichsan Agustrianto, Irvan Sudarajat, Septian Nur Cahya, Ardian Aji Pamungkas, Farhan Ali Burhanudin dan Kevin Andrea Herman yang memberikan motivasi, *support*, saran dan menemani penulis suka dan duka.
15. Teman yang tak kenal lelah memberikan semangat, masukan dan motivasi sehingga terus bangkit. Agis Setiyadi, Syefamuhammad, Redha Octavian dan Rizki Ibong.

16. Qorygore dan Miauwaug yang telah membantu menghibur melalui konten Youtube dikala waktu senggang
17. Persib Bandung dan Manchester City yang telah membuat penulis menjadi inspiratif dengan menonton setiap pertandingan.
18. Waroeng Geprek Kampus yang telah memberi penulis nutrisi-nutrisi pedas selama perkuliahan.
19. TIMNAS UPITAS yang membantu melepas penat dengan bermain sepakbola dimasa-masa perkuliahan.
20. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan secara pribadi dan yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas latihan dan dukungan yang diberikan kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini.

Bandung, 15 Agustus 2022



Muhammad Reza Perdana

PENGARUH PEMASARAN *YOUTUBE VLOGGER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PO SUMBER JAYA TRANS

Muhammad Reza Perdana¹, Arief Budiman², Ismail Yusuf³

Program Studi Kewirausahaan
Universitas Pendidikan Indonesia
Kampus Tasikmalaya

ABSTRAK

Suatu daerah tidak dapat sepenuhnya mengandalkan daerah lain untuk memenuhi tuntutan daerahnya sendiri, sehingga membutuhkan transportasi sebagai pendukung. Transportasi adalah metode menghubungkan, itulah sebabnya mengapa sangat penting bagi perekonomian. Pelayanan transportasi yang memadai diperlukan untuk pembangunan daerah di bidang ekonomi, pendidikan, pariwisata, dan budaya. Bus merupakan salah satu transportasi atau sarana transportasi darat yang banyak menjadi pilihan masyarakat, khususnya pengguna jasa transportasi yang mengangkut penumpang atau barang dalam jumlah banyak. Saat ini Indonesia sedang menghadapi Pandemi Covid-19, situasi ini berdampak pada semua sektor, salah satunya sektor moda transportasi darat. *Youtube vlogger* sebagai sarana promosi dan review merupakan fenomena baru yang terus berkembang dalam mempengaruhi dunia bisnis, khususnya di sektor jasa transportasi di Indonesia. Objek penelitian ini adalah PO Sumber Jaya Trans yang beralamat di Jl. Ciamis - Banjar KM.3, Dewasari, Kec. Cijeungjing, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi *youtube* terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner berupa *google form* dengan skala likert dan pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan sebesar 87.5% terhadap keputusan pembelian tiket PO Sumber Jaya Trans. artinya semakin tinggi pemasaran *youtube vlogger* maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket PO Sumber Jaya Trans.

Kata Kunci: Pemasaran, *Youtube* , Keputusan Pembelian, Ciamis

Muhammad Reza Perdana, 2022

PENGARUH PEMASARAN *YOUTUBE VLOGGER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PO SUMBER JAYA TRANS

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

THE INFLUENCE OF YOUTUBE VLOGGER MARKETING ON TRAIN TICKET PURCHASE DECISIONS PO SUMBER JAYA TRANS

Muhammad Reza Perdana¹, Arief Budiman², Ismail Yusuf³
Entrepreneurship Study Program
Universitas Pendidikan Indonesia
Kampus Tasikmalaya

ABSTRACT

An area cannot fully rely on other regions to meet the demands of its own region, so it requires transportation as a support. Transportation is a method of connecting, which is so important to the economy. Transportation services are needed for regional development in the fields of economy, education, tourism, and culture. Bus is one of the transportation that is the choice of many people, especially users of transportation services that carry passengers or goods in large quantities. Currently Indonesia is facing the Covid-19 Pandemic, this situation has an impact on all sectors, one of which is the land transportation mode sector. Youtube vlogger as a means of promotion and review is a new phenomenon that continues to grow in influencing the business world, especially in the transportation service sector in Indonesia. The object of this research is PO Sumber Jaya Trans which is located at Jl. Ciamis - Banjar KM.3, Dewasari, Kec. Cijeungjing, Ciamis Regency, West Java. The purpose of this study was to determine the effect of Youtube's promotion strategy on purchasing decisions. The method used in this research is quantitative research with a descriptive verification approach. The data collection technique used a questionnaire in the form of a google form with a Likert scale and sampling using the Slovin formula. The results of this study indicate that there is a positive effect of 87.5% on ticket purchasing decisions PO Sumber Jaya Trans. This means the higher vlogger marketing strategy, the higher purchase decision will be.

Keywords: *Marketing, Youtube, Purchase Decision, Ciamis*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah yang telah memberikan kesempatan dalam perjalanan kuliah ini, yang tidak terasa sekarang penulis sudah berada di semester 8 detik-detik berakhirnya dan berpisah dengan dosen-dosen dan teman-teman tercinta.

Penulis bersyukur dapat menyelesaikan sebuah skripsi yang berjudul **“PENGARUH PEMASARAN *YOUTUBE VLOGGER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PO SUMBER JAYA TRANS”**. Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana bisnis dari Program Studi Kewirausahaan UPI. Harapannya penulis bisa lebih berkembang dan mendapat pengalaman dari berbagai orang lain.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri atau siapapun yang membaca sehingga skripsi ini dapat berguna dan membantu bagi setiap yang mempelajarinya.

Bandung, 15 Agustus 2022



Muhammad Reza Perdana

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
UCAPAN TERIMAKASIH PENULIS	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
PENELITIAN.....	7
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran	7
2.1.3 Perilaku Konsumen	8
2.1.3.1 Model Perilaku Konsumen.....	9
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	9
2.1.4.1 Indikator Keputusan Pembelian	11
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian ..	12
2.1.5 Pemasaran Media Sosial	14
2.1.5.1 <i>Youtube</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.5.2 <i>Vlog (Video Log)</i>	15

Muhammad Reza Perdana, 2022

PENGARUH PEMASARAN YOUTUBE VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PO SUMBER JAYA TRANS

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.1.5.3 <i>Youtube Vlogger sebagai Endorser</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.3.1 <i>Grand Theory</i>	23
2.3.2 <i>Middle Theory</i>	23
2.3.3 <i>Applied Theory</i>	23
2.4 Hipotesis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Objek Penelitian	25
3.2 Metode dan desain Penelitian.....	25
3.2.1 Desain Penelitian	25
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	26
3.3.1 Variabel Bebas.....	28
3.4 Populasi dan Sampel	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Sampel.....	30
3.4.3 Teknik Pengumpulan Sampel.....	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	31
3.6 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6.1 Kuesioner	32
3.6.2 Observasi atau Survei Lapangan	32
3.6.3 Studi Literatur	32
3.7 Metode Analisis Data	33
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	33
3.7.2 Uji Instrumen	33
3.7.2.1 Uji Validitas	33
3.7.2.2 Uji Reliabilitas	34
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	35
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	35
3.7.3.2 Uji Multikolonieritas.....	35
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	35
3.7.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	36

Muhammad Reza Perdana, 2022

PENGARUH PEMASARAN YOUTUBE VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PO SUMBER JAYA TRANS

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.7.5 Uji Hipotesis	36
3.7.5.1 Uji Statistik t	36
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi	37
3.8 Prosedur Penelitian.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Gambaran Umum Organisasi	39
4.1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.1.1.2 Visi Misi PO Sumber Jaya Trans	39
4.1.1.3 Profil PO Sumber Jaya Trans.....	40
4.1.1.4 Struktur Organisasi PO Sumber Jaya Trans.....	40
4.1.2 Deskripsi Umum Responden.....	41
4.1.2.1 Karakteristik Responden	41
4.1.3 Statistik Deskriptif.....	42
4.1.4 Deskripsi Variabel X (Pengaruh Pemasaran <i>Youtube Vlogger</i>).....	43
4.1.5 Deskripsi Data Variabel Y (Keputusan Pembelian PO Sumber Jaya Trans)	44
4.1.6 Uji Instrumen	45
4.1.6.1 Uji Validitas	45
4.1.6.2 Uji Reliabilitas	46
4.1.7 Uji Asumsi Klasik	47
4.1.7.1 Uji Normalitas.....	47
4.1.7.2 Uji Heteroskedastisitas	48
4.1.7.3 Uji Multikolinearitas	49
4.1.8 Analisis Regresi Sederhana	49
4.1.9 Uji T	50
4.1.10 Koefisien Determinasi.....	50
4.2 Pembahasan	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Implikasi.....	53
5.3 Saran.....	53

Muhammad Reza Perdana, 2022

PENGARUH PEMASARAN YOUTUBE VLOGGER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PO SUMBER JAYA TRANS

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	58
BIODATA PENULIS.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Penumpang Bus PO Sumber Jaya Trans	2
Gambar 1.2 Media Sosial Yang Sering Digunakan di Indonesia Tahun 2020	3
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	9
Gambar 2.2 Proses Keputusan Pembelian	10
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
Gambar 2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
Gambar 4.1 Logo PO Sumber Jaya Trans.....	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi PO Sumber Jaya Trans.....	40
Gambar 4.3 <i>Normal Probability Plot</i>	48
Gambar 4.4 Gambar Uji Heterokesdastistas	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian	26
Tabel 4.1 Usia Responden.....	41
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif	42
Tabel 4.4 Presentasi Skor Per Indikator Variabel X	43
Tabel 4.5 Kategori Interval	44
Tabel 4.6 Presentasi Skor Per Indikator Variabel Y	44
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	47
Tabel 4.10 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	47
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	49
Tabel 4.13 Hasil Uji T Signifikan Parsial	50
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	58
Lampiran 2. Data Hasil Penelitian (Variabel X)	63
Lampiran 3. Data Hasil Penelitian (Variabel Y)	65
Lampiran 4. Hasil Data Statistik	67