

Nomor Daftar: 011/S/BD/R/4/VII/2023

**Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian @Rumahbatik.Palbatu
SKRIPSI**

**Diajukan untuk Persyaratan Penelitian dan Penulisan Skripsi sebagai Bagian
dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Bisnis Digital**



**Oleh
Aldrich Atha Rheza Hariyanto
1904472**

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA
2023**

**Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian @rumahbatik.palbatu**

**Oleh
Aldrich Atha Rheza Hariyanto**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Bisnis Program Studi Bisnis Digital**

**© Aldrich Atha Rheza Hariyanto
Universitas Pendidikan Indonesia
Juni 2023**

**Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto copy, atau cara lainya tanpa izin dari penulis**

ALDRICH ATHA RHEZA HARIYANTO

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ALDRICH ATHA RHEZA HARIYANTO

**Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram dan Harga
Terhadap Keputusan Pembelian @rumahbatik.palbatu**

disetujui dan disahkan oleh dosen pembimbing:

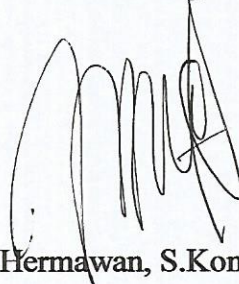
Pembimbing I



Btari Mariska, S.H., MM

NIP. 9202001119901015201

Pembimbing II



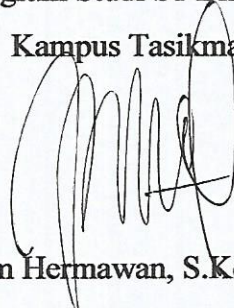
Adam Hermawan, S.Kom., MBA

NIP. 920190219930105101

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Bisnis Digital UPI

Kampus Tasikmalaya



Adam Hermawan, S.Kom., MBA

NIP. 920190219930105101

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian @rumahbatik.palbatu” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 14 Juli 2023
Yang membuat pernyataan,



Aldrich Atha Rheza Hariyanto
NIM 1904472

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Penelitian ini, yang dilakukan di Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya, menyelidiki dampak dari pemasaran media sosial Instagram dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan fokus khusus pada kasus @rumahbatik.palbatu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai dampak dari pemasaran media sosial Instagram dan harga terhadap perilaku pembelian konsumen pada akun Instagram @rumahbatik.palbatu. Penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini. Penghargaan khusus penulis sampaikan kepada Ibu Btari Mariska, S.H., M.M. dan Bapak Adam Hermawan, S.Kom., M.B.A., yang telah menjadi Dosen Pembimbing dan memberikan bimbingan yang sangat berharga. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan di Program Studi Bisnis Digital yang selalu memberikan dukungan dan motivasi. Penulis mengakui dan menghargai setiap kritik, saran, dan masukan yang konstruktif yang dapat berkontribusi untuk kemajuan penelitian ini. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kemajuan di bidang bisnis digital, serta dapat menjadi sumber inspirasi bagi penelitian selanjutnya.

Tasikmalaya, 14 Juli 2023



Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini. Penyelesaian penelitian ini tidak akan mungkin terjadi tanpa dukungan yang tak ternilai dari individu-individu yang telah memberikan doa, bimbingan, dorongan, serta kontribusi moral dan material. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

1. Dengan limpahan rahmat dan karunia dari Allah SWT, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa syukur.
2. Kedua orang tua tercinta Bapak Budi Dwi Hariyanto dan Ibu Tjatur Wahyu S yang menjadi panutan dalam memperjuangkan apapun, motivasi, materil, dan segala jenis pengorbanan yang dilakukan demi melihat anaknya sukses dunia akhirat.
3. Terima kasih kepada Isad Ammarzaki H dan Rajwa Khalisa H selaku adik atas segala dukungan dalam penyelesaian skripsi penulis.
4. Terima kasih banyak kepada Ibu Btari Mariska, S.H., MM, atas bimbingan dan dukungannya selama ini. Saya sangat menghargai waktu dan pengetahuan yang telah diberikan. Terima kasih atas bantuan yang berharga dalam menyelesaikan skripsi Penulis. Semoga Ibu selalu diberkahi dan sukses dalam segala hal.
5. Terima kasih kepada Bapak Adam Hermawan, S.Kom., MBA, atas bimbingan yang sangat berharga dan dukungan yang luar biasa. Saya sangat menghargai waktu dan pengetahuan yang Bapak berikan. Kepemimpinan dan arahan Bapak dalam program studi ini sangat berarti bagi saya. Semoga Bapak selalu diberkati dan sukses dalam semua upaya yang dilakukan. Terima kasih atas kontribusi yang berharga, dan semoga Bapak selalu mendapatkan berkah yang melimpah.
6. Terima kasih kepada Ibu Syti Sarah., S.P., M.M sebagai pembimbing akademik yang telah memberikan ilmu, kritik, saran, dan motivasi dalam masa perkuliahan.

7. Terima kasih kepada seluruh tenaga pengajar dan staf Program Studi Bisnis Digital atas dedikasi dan kontribusi mereka yang luar biasa dan pendidikan berkualitas yang telah diberikan. Sukses selalu.
8. Terima kasih kepada Putri Zainurindah yang sudah memberikan dukungan dan menjadi teman diskusi.
9. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada para teman-teman An-Nur yang telah memberikan dukungan dan terlibat dalam diskusi yang bermanfaat selama proses penyusunan skripsi. Semoga kita semua mencapai kesuksesan.
10. Terima kasih kepada semua teman seperjuangan di Program Studi Bisnis Digital UPI dalam menyusun skripsi. Bersama-sama, kita melewati tantangan dan berbagi dukungan. Sukses untuk kita semua.
11. Terima kasih kepada Bapak Muhammad Rijal Fathurrahman yang sudah bersedia untuk menjadi teman diskusi dan membantu mengarahkan dalam teknik penelitian

PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN @RUMAHBATIK.PALBATU

ABSTRAK

Oleh

Aldrich Atha Rheza Hariyanto

Penelitian ini mengukur pengaruh pemasaran melalui Instagram dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Batik Palbatu. Rumah Batik Palbatu memiliki rintangan besar karena fluktuasi penjualan yang tinggi, terutama karena impor batik dari Cina. Oleh karena itu, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang bagaimana pemasaran Instagram dan harga produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian kuantitatif ini menggunakan metode deskriptif. Purposive non-probability sampling digunakan. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran media sosial memiliki dampak statistik yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Rumah Batik Palbatu. Analisis SPSS menunjukkan nilai parsial 2,698 dan probabilitas signifikansi 0,09. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H1) diterima, tetapi H0 ditolak. Selanjutnya, analisis SPSS 25 menunjukkan bahwa harga juga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif secara statistik terhadap keputusan pembelian Rumah Batik Palbatu. T hitung yang diperoleh 6,672 dengan probabilitas signifikansi kurang dari 0,001. Hal ini mendukung penerimaan H2 dan H0. Selain itu, uji F menunjukkan nilai simultan sebesar 69,199 dan probabilitas signifikansi kurang dari 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara statistik memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian. Singkatnya, temuan penelitian mempengaruhi keputusan pembelian di UMKM Rumah Batik Palbatu.

Kata kunci: Pemasaran media sosial, Harga, Keputusan pembelian, Batik tradisional Indonesia

Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian @rumahbatik.palbatu

ABSTRACT

by

Aldrich Atha Rheza Hariyanto

This study measured the impact of marketing through Instagram and price on consumer purchasing decisions in Batik Palbatu. Home Batik Palbatu has great obstacles due to high sales fluctuations, mainly due to imports of batik from China. Therefore, the primary objective of this research is to provide a comprehensive understanding of how Instagram marketing and product prices affect consumer purchasing decisions. This quantitative research uses descriptive methods. Purpose non-probability sampling is used. Data analysis using double linear regression. The results of this study show that social media marketing has a statistically significant and positive impact on the purchase decision. The SPSS analysis showed a partial value of 2,698 and a probability of significance of 0.09. Therefore, the alternative hypothesis (H1) is accepted, but H0 is rejected. Furthermore, the analysis of SPSS 25 shows that the price also has a significant and statistically positive influence on the purchase decision. T counts the resulting 6,672 with a probability of significance less than 0,001. It supports H2 and H0 receptions. Furthermore, the F test showed a simultaneous value of 69,199 and a probability of significance less than 0,001. This shows that both variables statistically have a positive impact on purchasing decisions. In short, the findings of the research influenced the purchase decision in UMKM House Batik Palbatu.

Keywords: Social media marketing, Price, Purchase decision, Traditional batik Indonesia

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis	6
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS... 9	
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Pemasaran Media Sosial	9
2.1.2 Harga.....	10
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.4 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kerangka Pemikiran	15
2.3 Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Objek Penelitian	19
3.2 Metode Penelitian.....	19
3.2.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	19

3.2.3	Jenis dan Sumber Data	21
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	23
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	25
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	27
3.2.7	Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis	28
3.2.8	Uji Asumsi Klasik	30
3.2.9	Uji Hipotesis	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		37
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1	Profil Perusahaan	37
4.1.2	Visi dan Misi	38
4.2.	Deskripsi Data Responden	38
4.2.1	Jenis Kelamin	39
4.2.2	Domisili	40
4.2.3	Usia	41
4.2.4	Status Pekerjaan	42
4.2.5	Pendapatan	43
4.2.6	Frekuensi Pembelian	44
4.3	Analisis Deskriptif	45
4.3.1	Pemasaran Media Sosial	47
4.3.2	Harga	50
4.3.3	Keputusan Pembelian	53
4.4.	Pengujian Instrumen	55
4.4.1	Pengujian Validitas	55
4.4.2	Pengujian Reliabilitas	57
4.5.	Pengujian Asumsi Klasik	57
4.5.1	Uji Normalitas	57
4.5.2	Uji Multikolinearitas	59
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	59
4.6.	Pengujian Hipotesis	60
4.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda	60
4.6.2	Uji Simultan (Uji F)	61
4.6.3	Uji Parsial (Uji T)	62
4.6.4	Uji Koefisien Determinasi (R²)	64

4.7.	Pembahasan	65
4.7.1.	Pemasaran Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	65
4.7.2.	Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.7.3.	Pemasaran Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	68
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI		70
5.1	Simpulan.....	70
5.2	Implikasi Manajerial.....	71
5.3	Rekomendasi	73
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN.....		78
RIWAYAT HIDUP.....		102

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Pertumbuhan Impor Batik 2020-2022.....	1
Tabel 1. 2	Omset Penjualan Kain Beserta Olahan Kain Rumah Batik Palbatu	2
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel	20
Tabel 3. 2	Skala Likert	29
Tabel 3. 3	Rentang Skala Analisis Deskriptif.....	30
Tabel 4. 1	Rentang Skala Analisis Deskriptif.....	47
Tabel 4. 2	Nilai Kriteria Variabel Pemasaran Media Sosial	47
Tabel 4. 3	Nilai Kriteria Variabel Harga.....	50
Tabel 4. 4	Nilai Kriteria Variabel Keputusan Pembelian	53
Tabel 4. 5	Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4. 6	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4. 7	Hasil Uji Kolmogrov Smirnov.....	58
Tabel 4. 8	Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4. 9	Hasil Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4. 10	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	60
Tabel 4. 11	Hasil Uji F.....	62
Tabel 4. 12	Hasil Uji T.....	62
Tabel 4. 13	Hasil Uji T.....	64
Tabel 4. 14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²).....	64
Tabel 4. 15	Hasil rata-rata kontribusi deskriptif dimensi variabel X1	66
Tabel 4. 16	Hasil rata-rata kontribusi analisis deskriptif dimensi variabel X2	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian.....	17
Gambar 4. 1 Logo Rumah Batik Palbatu	37
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	40
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	42
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	43
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	45
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 Data Jawaban Responden	84
Lampiran 3 Karakteristik Data Responden	91
Lampiran 4 Hasil Pengujian Validitas	93
Lampiran 5 Hasil Pengujian Reliabilitas	95
Lampiran 6 Hasil Pengujian Normalitas	96
Lampiran 7 Hasil Pengujian Multikolinearitas	97
Lampiran 8 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	97
Lampiran 9 Hasil Pengujian Hipotesis.....	99
Lampiran 10 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi.....	100
Lampiran 11 Bukti Sebar Kuesioner.....	101