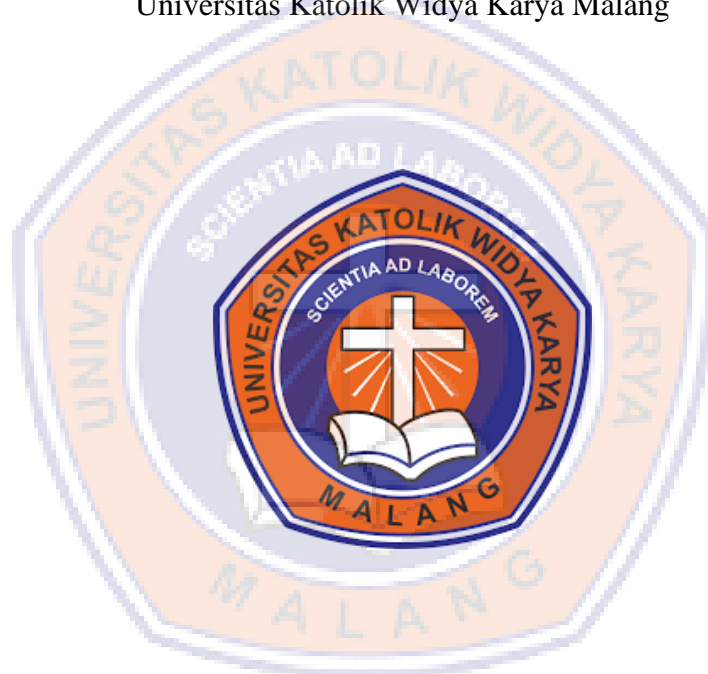


**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA KOPI ORTU KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang



**Disusun Oleh:
ALFALDO GERARD BERDINANTO
NIM: 201911005**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
2023**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Alfaldo Gerard Berdinanto
NIM : 201911005
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Ortu Kota Malang

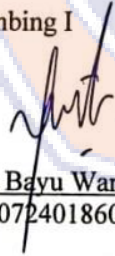
Malang, 11 Mei 2023



(Alfaldo Gerard Berdinanto)

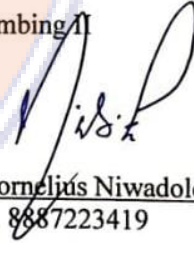
Diterima dan disetujui,

Pembimbing I




J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

Pembimbing II



Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.
NIDN. 8887223419

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Galuh Budi Astuti, S.E., M.M.
NIDN. 0726018502

Ketua Program Studi Manajemen

J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul:

Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Ortu Kota Malang

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama: Alfaldo Gerard Berdinanto

NIM: 201911005

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 11 Mei 2023 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S-1)

Disahkan oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Widya Karya Malang



Galuh Budi Astuti, S.E., M.M

NIDN. 0726018502

Dewan Penguji

1. Riwyda Tri Oktavia, S.E., M.M.

NIDN. 0714108806

2. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.

NIDN. 8887223419

3. J.Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.

NIDN. 0724018601

Tanda Tangan



SURAT KETERANGAN PENELITIAN



#FAMILYFIRST

KOPI ORTU
#NIKMATNYANGOPI
BARENGAYAH

☎ 08-1234-84-750
✉ info@kopiortu.com
📍 Jl. Terusan Kawi No. 5 MLG

SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hafid Rozaqi M, S.Sn

Jabatan : Manager

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : Alfaldo Gerard B

NIM : 201911005

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Adalah mahasiswa dari Universitas Katolik Widya Karya Malang yang benar - benar telah melakukan penelitian di Kopi Ortu Malang yang beralamat di Jl. Terusan Kawi No.5, Bareng, Kec. Klojen, Kota Malang, Jawa Timur 65116. Dengan demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar, untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.



Malang, 19 Mei 2023

Hafid Rozaqi M, S.Sn

📷 @kopiortu

✉ info@kopiortu.com

📍 Jl Terusan Kawi 5, Mlg

☎ 08-1234-84-750

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Ortu Kota Malang” merupakan karya asli dari:

Nama : Alfredo Gerard Berdinanto
NIM : 201911005
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Telah dideteksi tingkat plagiasinya secara online oleh Perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang, menggunakan Turnitin Plagiarsm Checker dan telah memenuhi kriteria toleransi yaitu sebesar $\leq 30\%$.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 11 Mei 2023



(Alfredo Gerard Berdinanto)

Diterima dan disetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.
NIDN. 8887223419

Mengetahui,


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Galuh Budi Astuti, S.E., M.M.
NIDN. 0724018502


Ketua Program Studi Manajemen
J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Alfaldo Gerard Berdinanto
NIM : 201911005
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 16 Januari 2001
Alamat : Jl. Bango Utara 1/10, Malang, Jawa Timur.
Nama Orang Tua : Franciscus Sigit Berdinanto (Ayah)
Sofia Mariana Amelia Wakid (Ibu)
Riwayat Pendidikan : 1. SDK Santa Maria 1, Malang (2006-2012)
2. SMPK Mardiwiyata, Malang (2013-2016)
3. SMKK CorJesu, Malang (2016-2019)
4. Universitas Katolik Widya Karya Malang (2019-2023)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, anugerah, kasih dan karunia-Nya yang amat sangat berlimpah, sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Ortu Kota Malang” dengan tepat waktu dan lancar sampai akhir.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, maka peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Klemens Mere, S.E., M.Pd., M.M., M.H., M.A.P., M.Ak. selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang
2. Galuh Budi Astuti, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. J.Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM. selaku Dosen Pembimbing I dan Ketua Program Studi Manajemen yang telah membimbing dan mengarahkan Penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan Penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Pimpinan, Dosen, dan Tenaga Kependidikan Universitas Katolik Widya Karya Malang yang telah mengajar dan mendidik Penulis selama berproses di Universitas Katolik Widya Karya Malang.
6. Pemilik dan Manager Operasional Kopi Ortu Malang yang telah memberikan izin kepada Penulis untuk mencari dan mengumpulkan data selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Orang tua dan keluarga besar yang sudah mendoakan dan mendukung.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2019 yang selalu mendukung dan membantu selama proses pengerjaan skripsi.
9. Andro, Krista, Nathan, Patrick, Misel yang sudah membantu dan memberi semangat.
10. Rike Nani yang selalu ada sekaligus membantu, memberikan dukungan dan doa selama proses pengerjaan skripsi hingga terselesaikannya skripsi ini.

Malang, 11 Mei 2023



Alfaldo Gerard Berdinanto

DAFTAR ISI

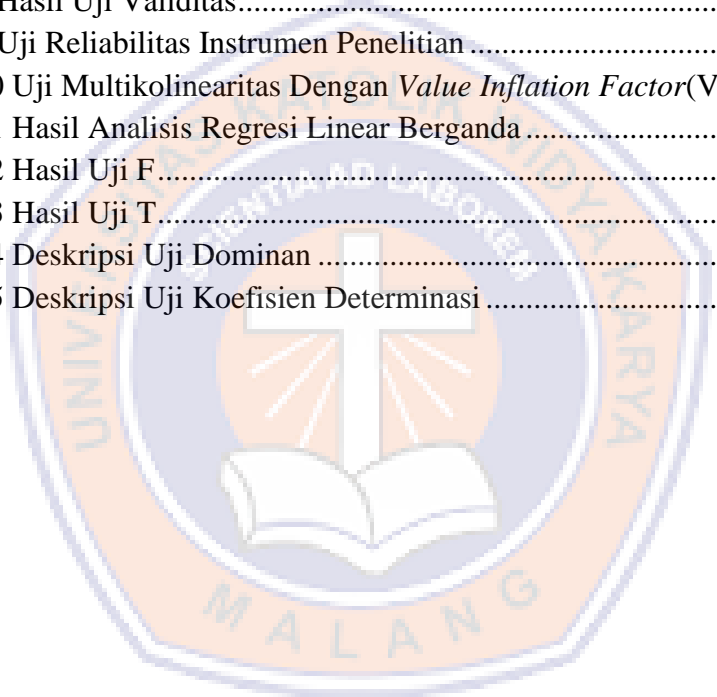
HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Penelitian Terdahulu	7
B. Landasan Teori	18
C. Kerangka Pikir.....	34
D. Hipotesis.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian	35
B. Ruang Lingkup Penelitian	35
C. Lokasi Penelitian	35
D. Populasi dan Sampel	36
E. Jenis dan Sumber Data	37
F. Definisi Operasional.....	38
G. Metode Pengumpulan Data	41
H. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	47
A. Gambaran Umum Perusahaan	47
B. Deskripsi Karakteristik Responden	57
C. Deskripsi Frekuensi Variabel Penelitian	59
D. Analisis Data dan Interpretasi Data.....	67
E. Pembahasan	78
F. Implikasi Hasil Penelitian.....	80

BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan.....	83
C. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional	38
Tabel 4.1 Jam Kerja Kopi Ortu	57
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Promosi Melalui Media Sosial(X1).....	59
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi <i>Electronic Word Of Mouth(E-WOM)</i> (X2)	63
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian(Y).....	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	69
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas Dengan <i>Value Inflation Factor</i> (VIF)	71
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	75
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	76
Tabel 4.14 Deskripsi Uji Dominan	77
Tabel 4.15 Deskripsi Uji Koefisien Determinasi	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir 33
Gambar 4.1 Transformasi Kopi Ortu 47
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Kopi Ortu 49
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas..... 70
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas 72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Bebas Plagiasi	88
Lampiran 2. Kuesioner.....	89
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	91
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	98
Lampiran 5. Uji Multikolinearitas	101
Lampiran 6. Uji Hipotesis	102
Lampiran 7. Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	103



**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA KOPI ORTU KOTA MALANG**

ABSTRAK

Indonesia kini adalah negara yang berkembang dan di era globalisasi ini banyak perusahaan juga mengalami persaingan di dunia bisnis, dalam bidang teknologi dan internet khususnya media sosial. Salah satu bidang yang terpengaruh dengan adanya perkembangan internet khususnya media sosial adalah bisnis kuliner dan kegiatan promosinya. Dengan adanya media sosial membuat para pelaku bisnis kuliner menggunakannya dalam kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan produk atau menu, menyediakan dan berbagi informasi dengan biaya yang relatif rendah. Dengan adanya promosi melalui media sosial tersebut akan terbentuk strategi pemasaran yang efektif yaitu *Electronic Word Of Mouth*, saat ini semakin banyak konsumen beralih ke promosi yang dilihat melalui media sosial dan *Electronic Word Of Mouth* seperti ulasan, *review*, serta rekomendasi dari orang lain. Sehingga dengan adanya Promosi Melalui Media Sosial dan *Electronic Word Of Mouth* membuat pengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel Promosi Melalui Media Sosial (X1) dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* (X2) secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian serta untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian di Kopi Ortu Kota Malang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ekplanatori, jenis data yang digunakan data kualitatif dan kuantitatif, sumber data primer dan sekunder untuk metode pengumpulan data berupa kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Kopi Ortu Malang selama periode penelitian berlangsung dan sampel yang diperoleh sebanyak 60 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian uji hipotesis menunjukkan Promosi Melalui Media Sosial (X1) dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* (X2) berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian Dalam penelitian ini diketahui *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* (X2) berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian, karena memiliki nilai beta terbesar yaitu (0,497). Besarnya koefisien determinasi yaitu sebesar 0,574 atau yang artinya 57,4 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh Promosi Melalui Media Sosial (X1) dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* (X2) sementara sisanya sebesar 42,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Promosi Melalui Media Sosial, *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)*, Keputusan Pembelian.