

**PENGARUH WORD OF MOUTH DAN SOCIAL MEDIA MARKETING
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA
DI KOPERASI KREDIT KOSAYU TP PATIMURA**

SKRIPSI

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



**DISUSUN OLEH:
ANNA GRACIA MOAN BURA
NIM: 202111009**

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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Anna Gracia Moan Bura
NIM : 202111009
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Word of Mouth* dan *Sosial Media Marketing* Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di Koperasi Kredit Kosayu TP Patimura

Malang, 23 Juni 2025



(Anna Gracia Moan Bura)

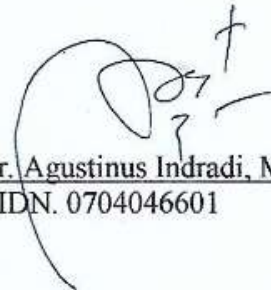
DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I



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

Pembimbing II



Dr. Agustinus Indradi, M.Pd.
NIDN. 0704046601

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



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

Ketua Program Studi Manajemen



J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0714018601

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul :

**Pengaruh *Word of Mouth* dan *Sosial Media Marketing* Terhadap
Keputusan Menjadi Anggota Di Koperasi Kredit Kosayu
TP Patimura**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Anna Gracia Moan Bura

NIM : 202111009

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal : 23 Juni 2025 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

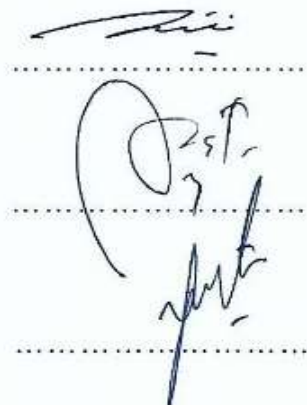


Galuh Budi Astuti, S.E., M.M.
NIDN. 0726018502

DEWAN PENGUJI :

1. Riwidya Tri Oktavia, S.E., M.M.
NIDN. 0714108806
2. Dr. Agustinus Indradi, M.Pd.
NIDN. 0704046601
3. J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

TANDA TANGAN



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

	KOPDIT KOSAYU Badan Hukum: NO. 7094/BUH/91 Tanggal 29 April 1991 AHU-0000478AJH01.39 TAHUN 2023 Nomor Induk Berusaha (NIB): 0404340041253 Nomor Induk Koperasi (NIK): 35730400000036 Kantor Pusat: Jl. Candi Kasuran No. 3 - Malang, (0341) 491567, 082122001981 TP Kalasan: Jl. Candi Kasuran No. 1 - Malang, (0341) 491567 TP Patimura: Jl. Patimura No. 35d - Malang, (0341) 265438 TP Tuhur: Sebatih Barat SHRN Nongkojaya - Pasuruan, (0343) 499834
<u>SURAT KETERANGAN</u> 01/SKP/HRD/Kop_Ksy/IV/2025	
Saya yang bertandatangan dibawah ini:	
Nama	: Toton Lujastono
Jabatan	: Kepala TP Patimura
Alamat	: Jl. Gempol Marga Bhakti no 34, Sukun, Malang
Dengan ini menerangkan bahwa :	
Nama	: Anna Gracia Moan Bura
NIM	: 202111009
Prodi	: Manajemen
Universitas	: Universitas Katolik Widya Karya Malang
Adalah benar telah melakukan Pengambilan Data unuk keperluan penyusunan Skripsi dengan judul <i>"Pengaruh Word of Mouth dan Media Sosial Terhadap Keputusan Menjadi Anggota di Koperasi Kredit Kosayu Malang"</i> di Kopdit Kosayu mulai tanggal 21 April 2025 . Informasi yang diperoleh oleh mahasiswa tersebut tidak boleh dipergunakan untuk hal-hal yang dapat merugikan perusahaan/instansi, bila dikemudian hari terbukti tidak sesuai dengan hal tersebut maka akan menjadi tanggung jawab yang bersangkutan.	
Demikian surat keterangan Pengambilan Data ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.	
Malang, 29 April 2025  Toton Lujastono Kepala TP Patimura	
Kebutuhan Anda Kepedulian Kami, Kepuasan Anda Kebahagiaan Kami, Kesejahteraan Anda Cita-cita Kami  kopditkosayu.co.id  Kopdit Kosayu Malang  kopditkosayu_malang	

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Word of Mouth dan Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di Koperasi Kredit Kosayu TP Patimura**" merupakan karya asli dari :

Nama : Anna Gracia Moan Bura
NIM : 202111009
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Widya Karya Malang

dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

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



Malang, 23 Juni 2025

(Anna Gracia Moan Bura)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Dr. Agustinus Indradi, M.Pd.
NIDN. 0704046601

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

MOTTO

“Hidup bukan tentang menunggu hujan reda, tetapi tentang keberanian untuk belajar, bertumbuh, dan bersabar pada setiap proses yang dihadapinya”

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Word of Mouth* dan *Sosial Media Marketing* Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Di Koperasi Kredit Kosayu TP Patimura”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada Universitas Katolik Widya Karya Malang. Dalam penyusunan skripsi ini sangat banyak bantuan yang diperoleh oleh penulis, baik bimbingan moral maupun dorongan dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Frater Dr. Klemens Mere, S.E., M.Pd., M.M., M.A.P., M.Ak., BHK. selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang;
2. Galuh Budi Astuti, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang;
3. Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM. selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Dosen Pembimbing I yang memberikan bimbingan dan motivasi selama proses penyusunan skripsi;
4. Dr. Agustinus Indradi, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran kepada penulis;
5. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, atas ilmu yang telah diberikan selama masa studi;
6. Seluruh Karyawan Koperasi Kredit Kosayu yang telah membantu dan memberi izin untuk melakukan penelitian di Koperasi Kredit Kosayu;
7. Teristimewa untuk keluarga tercinta, Ayah Maximus Bura, Ibu Lidwina, Kakak Maria Bura, Opa Paulus Bura (Alm), Nenek Maria Magdalena, Kakung Darmaji, Mbah Tuminah, beserta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tak pernah putus serta keyakinan yang begitu besar kepada penulis selama proses mengerjakan skripsi;

8. Teman-teman *Procuratio* Angkatan 21, Teklania, Yuyun, Josephine, dan Agatta, yang selalu mendengarkan keluh kesah, tempat berbagi cerita, serta dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan;
9. Kepada pemilik NIM 202111010, terima kasih telah mejadi bagian dari perjalanan hidup penulis menyusun skripsi. Berkontribusi dalam tenaga, waktu, memberikan motivasi, menghibur, mendengarkan keluh kesah, menemani, serta meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan;
10. Almamater tercinta, Universitas Katolik Widya Karya Malang, tempat penulis menimba ilmu dan berkembang selama menempuh Pendidikan;
11. Terakhir, ucapan terima kasih kepada diri sendiri. Apresiasi yang sebsar-besarnya karena telah berjuang dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak pantang menyerah pada banyaknya rintangan yang dihadapi, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah.

Tidak dapat dipungkiri bahwa skripsi ini masih belum dapat dikatakan sempurna, mengingat waktu, pengetahuan, dan pengalaman penulis yang masih kurang dan terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan guna penyempurnaan skripsi ini.

Malang, 23 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman:

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Landasan Teori.....	17
C. Kerangka Pikir.....	42
D. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis Penelitian.....	44
B. Ruang Lingkup Penelitian	44
C. Lokasi Penelitian.....	44
D. Populasi dan Sampel	45
E. Sumber Data	47
F. Definisi Operasional Variabel	47
G. Metode Pengumpulan Data.....	49
H. Teknik Analisis Data	50
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA	60
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	60
B. Gambaran Umum Responden	66
C. Distribusi Frekuensi.....	69
D. Analisis Data dan Intrepretasi Data.....	79
E. Pembahasan	88
F. Implikasi Hasil Penelitian	93
BAB V PENUTUP	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN	107

DAFTAR TABEL

Halaman:

Tabel II.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel III.1 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel III.2 Skala Likert	49
Tabel III.3 Tabel Interpretasi.....	52
Tabel III.4 Tabel Hasil Uji F	58
Tabel IV. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel IV. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel IV. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	68
Tabel IV. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Tahun Bergabung.....	69
Tabel IV. 5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Word of Mouth</i>	70
Tabel IV. 6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Social Media Marketing</i>	73
Tabel IV. 8 Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X_1).....	79
Tabel IV. 9 Hasil Uji Validitas <i>Social Media Marketing</i> (X_2).....	80
Tabel IV. 10 Hasil Uji Validitas Keputusan Menjadi Anggota Koperasi (Y)	80
Tabel IV. 11 Hasil Uji Reliabilitas	81

DAFTAR GAMBAR

Halaman:

Gambar I. 1 Jumlah Anggota Kopdit Kosayu yang masuk 2024	6
Gambar II. 1 Kerangka Pikir	42
Gambar IV.1 Logo Koperasi	60
Gambar IV.2 Struktur Organisasi Koperasi Kredit Kosayu.....	64
Gambar IV.3 Uji Heteroskedastisitas	83

PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI ANGGOTA DI KOPERASI KREDIT KOSAYU TP PATIMURA

ABSTRAK

Koperasi Kredit Kosayu merupakan lembaga keuangan yang terletak di Kota Malang dengan urutan kedua terbaik di Jawa Timur berdiri sejak 15 November 1981. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* dan *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Menjadi Anggota di Koperasi Kredit Kosayu TP Patimura secara simultan dan parsial. Penelitian ini terdapat 100 responden anggota koperasi, menggunakan Teknik sampling *Purposive Sampling* dengan menggunakan jenis penelitian *Explanatory Research*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada para anggota Koperasi Kredit Kosayu, dengan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh bahwa *Word of Mouth* dan *Social Media Marketing* memberi pengaruh signifikan baik secara simultan dan parsial terhadap keputusan menjadi anggota koperasi. Secara parsial *Word of Mouth* (X_1) dan *Social Media Marketing* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menjadi Anggota di Koperasi Kredit Kosayu, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 (X_1) dan 0,003 (X_2) < 0,05 (Alpha). Secara Simultan *Word of Mouth* (X_1) dan *Social Media Marketing* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menjadi Anggota di Koperasi Kredit Kosayu, dibuktikan dengan nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,05$ (Alpha). *Social Media Marketing* (X_2) berpengaruh dominan terhadap Keputusan Menjadi Anggota (Y) di Koperasi Kredit Kosayu TP Patimura karena memiliki nilai beta tertinggi (0,119). Koefisien determinasi dari penelitian ini sebesar 0,381 atau 38,1%.

Hal tersebut menunjukkan bahwa *Word of Mouth* dan *Social Media Marketing* efektif dalam membantu meningkatkan jumlah anggota baru di Koperasi Kredit Kosayu. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat membantu instansi dalam menerapkan kegiatan promosi guna meningkatkan jumlah anggota baru.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, *Social Media Marketing*, *Word of Mouth*.