

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MEMILIH WEDDING ORGANIZER
(Studi Pada Konsumen Art Project Lampung
di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah)**

SKRIPSI



OLEH:

NENY SEFIYA

16610059

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2020

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

SKRIPSI


PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH *WEDDING ORGANIZER*
(Studi Pada Konsumen Art Project Lampung
di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah)

Neny Sefiya
NPM. 16610059

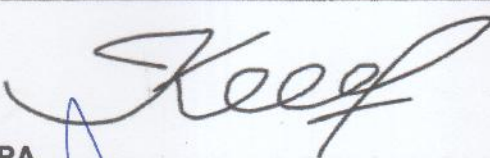
Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 06 Maret 2020
Tempat Ujian : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi

Tim Penguji :


Suwarto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

Penguji I

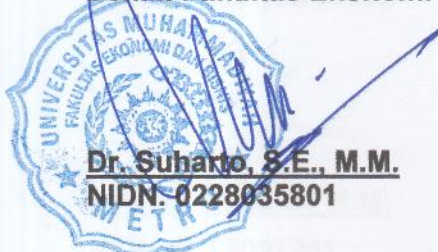

Karnila Ali, B.BUS., M.PA.
NIDN. 0204068502

Penguji II


Dr. Suharto, S.E., M.M.
NIDN. 0228035801

Penguji Utama

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

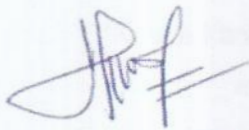
**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH *WEDDING ORGANIZER*
(Studi Pada Konsumen Art Project Lampung
di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah)**

NENY SEFIYA

NPM. 16610059

Telah Disetujui Oleh:

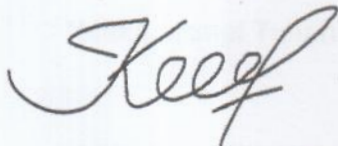
Dosen Pembimbing I



Suwarto, S.E., M.M.

NIDN. 0210036801

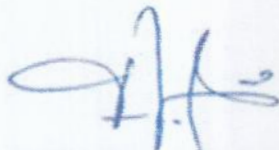
Dosen Pembimbing II



Karnila Ali, B.BUS., M.PA.

NIDN. 0204068502

**Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Metro**



Febriyanto, S.E., M.M.

NIDN. 0223027901

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Neny Sefiya
NPM : 16610059
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH *WEDDING ORGANIZER* (Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah)”** adalah benar hasil dari karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Metro.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik Sarjana Manajemen dan akan mempertanggungjawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

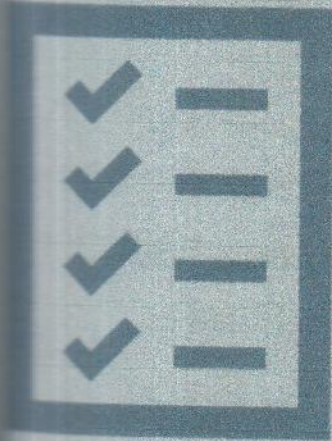
Metro, 06 Maret 2020
Yang membuat pernyataan,



Neny Sefiya
NPM.16610059



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 940/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : NENY SEFIYA
NPM : 16610059
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH WEDDING ORGANIZER

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 18 Februari 2020

Kepala Unit,

Unit
Publikasi
Ilmiah
UM METRO

Eko Susanto, M.Pd., Kons.
NIDN 0213068302

Jl. Dewantara No.116
Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

www.upi.ummetro.ac.id
upi.ummetro@gmail.com

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN LOGO.....	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
RINGKASAN.....	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....	x
HALAMAN PENGESAHAN.....	xi
MOTTO.....	xii
PERSEMBAHAN.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	xvii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>SIMILARITY CHECK</i>).....	xviii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	8
1. Identifikasi Masalah.....	8
2. Perumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9

D. Kegunaan Penelitian	9
E. Sistematika Penulisan	10

BAB II KAJIAN LITERATUR

A. Deskripsi Teori	12
1. Pengertian Pemasaran	12
2. Promosi Melalui Media Sosial	13
3. <i>Word Of Mouth</i>	19
4. Keputusan Konsumen	24
B. Hasil Penelitian Relevan	27
C. Kerangka Pemikiran	29
D. Hipotesis Penelitian	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	33
B. Objek dan Lokasi Penelitian	33
C. Metode Penelitian	34
1. Operasional Variabel	34
2. Populasi dan Sampel	36
D. Teknik Pengumpulan Data	37
1. Kuesioner	37
2. Dokumentasi	38
E. Teknik Analisis Data	39
1. Pengujian Persyaratan Instrumen	39
2. Pengujian Persyaratan Analisis untuk Regresi	40
3. Pengujian Hipotesis	44

4. Hipotesis Statistik	47
------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
1. Sejarah Singkat Art Project Lampung	48
2. Visi dan Misi Art Project Lampung	49
3. Struktur Organisasi	49
4. Tugas Pokok dan Fungsi Organisasi Perusahaan	50
B. Hasil Penelitian	52
1. Pengujian Persyaratan Analisis Untuk Regresi	52
2. Deskripsi Hasil Kuesioner	58
3. Pengujian Model Analisis	64
4. Uji Hipotesis Statistik	67
C. Pembahasan Hasil Penelitian	69
1. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial (X1) Terhadap Keputusan Konsumen	69
2. Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> (X2) Terhadap Keputusan Konsumen (Y)	70
3. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial (X1) dan <i>Word Of Mouth</i> (X2) Terhadap Keputusan Konsumen (Y)	71

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	72
B. Saran	72

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Nama Pesaing Art Project Lampung di Instagram Tahun 2018.....	5
Tabel 2	Pendapatan Job Wedding Art Project Lampung	6
Tabel 3	Hasil Penelitian Relevan.....	28
Tabel 4	Variabel dan Indikator Penelitian	36
Tabel 5	Nilai dan Jawaban Kuesioner	38
Tabel 6	Rangkuman Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 7	Tabel ANOVA Regresi Y atas X1.....	55
Tabel 8	Tabel ANOVA Regresi Y atas X2.....	56
Tabel 9	Tabel Uji Homogenitas	57
Tabel 10	Distribusi Frekuensi Promosi Melalui Media Sosial (X1)	59
Tabel 11	Distribusi Frekuensi <i>Word Of Mouth</i> (X2).....	61
Tabel 12	Distribusi Frekuensi Keputusan Konsumen (Y).....	63
Tabel 13	Uji Regresi Linier Berganda	64
Tabel 14	Uji F.....	66
Tabel 15	Rekapitulasi Hasil Uji F.....	66
Tabel 16	Tabel Hasil Koefisien Determinasi	67
Tabel 17	Rekapitulasi Hasil Hipotesis Statistik	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018	2
Gambar 2	Contoh Dekorasi Art Project Lampung	4
Gambar 3	Grafik Pendapatan Art Project Lampung	6
Gambar 4	Kerangka Pikir.....	31
Gambar 5	Struktur Organisasi	49
Gambar 6	Diagram P Plot Promosi Melalui Media Sosial.....	53
Gambar 7	Diagram P Plot <i>Word Of Mouth</i>	54
Gambar 8	Diagram P Plot Keputusan Konsumen	54
Gambar 9	Diagram Skor Promosi Melalui Media Sosial (X_1).....	59
Gambar 10	Diagram Skor <i>Word Of Mouth</i> (X_2)	61
Gambar 11	Diagram Skor Keputusan Konsumen (Y).....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	78
Lampiran 2	Data Tabulasi Kuesioner.....	91
Lampiran 3	Total Skor Data Tabulasi Kuesioner.....	97
Lampiran 4	Uji Validitas	99
Lampiran 5	Data Tabulasi Kuesioner Setelah Uji Validitas.....	105
Lampiran 6	Total Skor Data Tabulasi Kuesioner Setelah Uji Validitas.....	111
Lampiran 7	Uji Reliabilitas	113
Lampiran 8	Uji Normalitas.....	116
Lampiran 9	Uji Linieritas	119
Lampiran 10	Uji Homogenitas.....	121
Lampiran 11	Uji Regresi Linier Berganda	122
Lampiran 12	Uji t	123
Lampiran 13	Uji F	124
Lampiran 14	Uji Koefisien Determinasi	124
Lampiran 15	Hipotesis Statistik.....	124
Lampiran 16	t Tabel.....	125
Lampiran 17	r Tabel.....	127
Lampiran 18	F Tabel.....	129
Lampiran 19	L Tabel.....	131