

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, *WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MENGUNAKAN JASA INDIHOME JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar (S1) Manajemen



Oleh: SINTA ANGGITA SARI

2110411057

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

2025

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, *WORD OF MOUTH*, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MENGUNAKAN JASA INDIHOME JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar (S1) Manajemen



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

2025

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sinta Anggita Sari

NIM : 2110411057

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA INDIHOME JEMBER** ; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut

Jember, 30 April 2025


Sinta Anggita Sari
NIM. 2110411057

SKRIPSI

PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA INDIHOME JEMBER

Oleh:

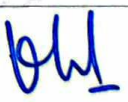
SINTA ANGGITA SARI

NIM 2110411057

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. Feti Fatimah SE, MM.



Dosen Pembimbing Pendamping : Ahmad Izzuddin SE, MM.



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul : **PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, WORD OF MOUTH, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA INDIHOME JEMBER** telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Nama : Sinta Anggita Sari

Nim : 2110411057

Hari / Tanggal : Rabu / 30 April 2025

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Dr. Budi Santoso, SE., MM. M.Akun

NPK. 1973100911139340

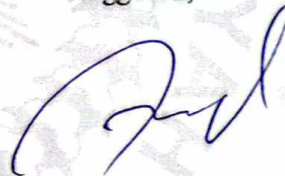
Anggota 1,



Dr. Feti Fatimah SE, MM

NPK. 1979052510709622

Anggota 2,

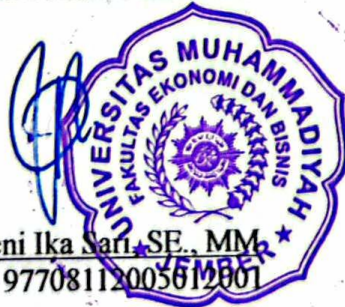


Ahmad Izzuddin SE, MM.

NPK. 1990100711605780

Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ekonomi



Maheni Ika Sari, SE., MM.
NIP. 197708112005612001

Ketua Program Studi



Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.
NPK. 1972032710509477

MOTTO

“Ibu adalah alasan aku terus melangkah”

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al Baqarah 2:286)

Kehidupan yang baik ialah kehidupan yang dapat membantu dan bermanfaat kepada orang lain

- Albert Einstein -



KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillah robbil alamain puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya, nikmat kesehatandan pemahaman dalam mengerjakan skripsi ini, dan tidak lupa saya ucapkan banyak terimakasih kepada semua yang telah membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir. Karya Tulis Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Bambang dan (Alm) Aminatus yang telah mendidik dan memberikan kasih sayangnnya sampai saya menyelesaikan skripsi ini. Serta selalu mendukung dan menjadi penguat disetiap langkah saya sampai hari ini.
3. Kakakku yang selalu memberi semangat kepada dan menemani.
4. Sahabatku yang selalu memberi semangat.
5. Teruntuk Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu membantu yang terbaik bagi mahasiswanya. Terutama bapak Dr. Budi Santoso. SE., MM. M. Akun selaku dosen penguji dan Ibu Dr. Feti Fatimah, SE, MM dan bapak Ahmad Izzuddin, SE, MM selaku dosen pembimbing. Terima kasih telah tulus membantu dan memberikan arahan selama bimbingan dan pelajaran kepada saya agar menjadi lebih baik dalam proses penulisan tugas akhir saya..

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunianya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH STRATEGI PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA, *WORD OF MOUTH* , DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA INDIHOME”**

Tujuan dari penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Hanafi,M.Pd Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, S.E., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
3. Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
4. Dr. Feti Fatimah SE, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Ahmad Izzuddin SE, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunya skripsi ini.
5. Seluruh Staff Pengajar/Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staff Pengajar Jurusan Manajemen.
6. Objek penelitian IndiHome yang telah memberikan ijin dan karyawan-karyawan yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian.
7. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya, yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini. Dari dukungan merekalah kesuksesan ini dapat tercapai, dan semoga hal ini membawa kebahagiaan serta memberi arahan untuk langkah yang lebih baik di masa depan. Penulis menyadari bahwa masih ada hal-hal yang mungkin kurang sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar skripsi ini dapat lebih baik lagi.

Jember, 14 April 2025
Penulis,

Sinta Anggita Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN_PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO.....	vi
KATA PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 <i>Grand Theory</i>	8
2.2 Kajian Teori.....	9
2.2.1 Strategi Promosi Melalui Sosial Media (X1).....	9
2.2.2 Tujuan Strategi Promosi	10
2.2.3 Indikator Strategi Promosi.....	10
2.3 Word of Mouth (X2)	11
2.3.1 Faktor – Faktor <i>Word of Mouth</i>	11
2.3.2 Indikator <i>Word of Mouth</i>	12
2.4 Kualitas Layanan (X3).....	12
2.4.1 Unsur-Unsur Kualitas Layanan	12
2.4.2 Indikator Kualitas Layanan	13
2.5 Keputusan Konsumen (Y)	13
2.5.1 Tahapan Keputusan Konsumen	14
2.5.2 Indikator Keputusan Konsumen	14

2.6	Penelitian Terdahulu	14
2.7	Kerangka Pemikiran	19
	Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	20
2.8	Hipotesis	20
2.8.1	Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Konsumen menggunakan jasa IndiHome.....	20
2.8.2	Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Konsumen menggunakan jasa IndiHome	21
2.8.3	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen menggunakan jasa IndiHome	22
BAB 3	METODE PENELITIAN	23
3.1	Identifikasi Variabel.....	23
3.1.1	Variabel Independen/Bebas	23
3.1.2	Variabel Dependen/Terikat.....	23
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	23
3.2.1	Strategi Promosi Melalui Sosial Media (X1)	23
3.2.2	<i>Word of Mouth</i> (X2).....	24
3.2.3	Kualitas Layanan (X3).....	24
3.2.4	Keputusan Konsumen (Y).....	24
3.3	Desain Penelitian	25
3.4	Jenis Data.....	25
3.4.1	Sumber data penelitian	25
3.5	Populasi dan Sampel.....	26
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.7	Uji Instrumen Data.....	27
3.7.1	Uji Validitas	27
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	27
3.8	Analisis Data.....	28
3.8.1	Analisis Regresi Linear Berganda	28
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	28
3.8.3	Uji Hipotesis dengan uji t.....	29
3.8.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	29
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1	Gambaran Umum Dan Sejarah Objek Penelitian	30
4.1.2	Visi Dan Misi IndiHome	30

4.1.3 Struktur Organisasi.....	31
4.2 Hasil Analisis.....	32
4.2.1 Analisis Karakteristik Deskriptif Responden.....	32
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	33
4.3 Uji Instrumen Penelitian.....	41
4.3.1 Uji Validitas.....	41
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	42
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	43
4.4.1 Uji Normalitas.....	43
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	43
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	44
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
4.6 Pengujian Hipotesis.....	45
4.6.1 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji T).....	45
4.7 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	46
4.8 Pembahasan.....	47
4.8.1 Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Konsumen.....	47
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Pesaing.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4. 1 Karakteristik Usia	32
Tabel 4. 2 Karakteristik Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4. 3 Strategi Promosi Melalui Sosial Media (X1.1).....	34
Tabel 4. 4 Strategi Promosi Melalui Sosial Media (X1.2).....	34
Tabel 4. 5 <i>Word of Mouth</i> (X2.1).....	35
Tabel 4. 6 <i>Word of Mouth</i> (X2.2).....	35
Tabel 4. 7 <i>Word of Mouth</i> (X2.3).....	36
Tabel 4. 8 Kualitas Layanan (X3.1).....	36
Tabel 4. 9 Kualitas Layanan (X3.2).....	37
Tabel 4. 10 Kualitas Layanan (X3.3).....	37
Tabel 4. 11 Kualitas Layanan (X3.4).....	38
Tabel 4. 12 Kualitas Layanan (X3.5).....	38
Tabel 4. 13 Keputusan Konsumen (Y1.1)	39
Tabel 4. 14 Keputusan Konsumen (Y1.2)	39
Tabel 4. 15 Keputusan Konsumen (Y1.3)	40
Tabel 4. 16 Keputusan Konsumen (Y1.4)	40
Tabel 4. 17 Keputusan Konsumen (Y1.5).....	41
Tabel 4. 18 Uji Validitas	41
Tabel 4. 19 Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4. 20 Uji <i>Kolmogorov-smirnov</i>	43
Tabel 4. 21 Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4. 22 Uji Heteroskedastisitas	44
Tabel 4. 23 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
Tabel 4. 24 Uji T (Parsial)	46
Tabel 4. 25 Analisis Koefisien Determinasi	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Layanan internet yang paling banyak digunakan di Indonesia 2022.....	4
Gambar 1. 2 Promosi sosial media IndiHome Jember 2024	4
Gambar 2. 1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	8
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 4. 1 Logo IndiHome by Telkomsel	30
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi	31

