

**PENGARUH PROMOSI ONLINE MENGGUNAKAN FACEBOOK ADS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JEMBER HELMET
GALLERY**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh:
MOHAMMAD FAISAL AZROI
1610411071**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2021**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mohammad Faisal Azroi

NIM : 1610411071

Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Management

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : Pengaruh Promosi Online Menggunakan *Facebook Ads* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jember Helmet Gallery adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan subnansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap yang ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di depan hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak yang dirugikan dari pertanyaan yang tidak benar tersebut.

Jember, 26 April 2021

Menyatakan,



Mohammad Faisal Azroi


NIM. 16.1041.1071

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI ONLINE MENGGUNAKAN FACEBOOK ADS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JEMBER HELMET
GALLERY**

Oleh :
MOHAMMAD FAISAL AZROI
16104111071

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah SE, MM



Dosen Pembimbing Pendamping : Yohanes Gunawan W, MM

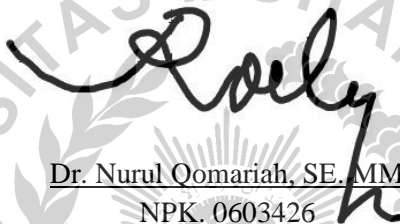


LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Promosi Online Menggunakan Facebook Ads Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jember Helmet Gallery. Telah di uji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah jember pada :

Hari : Senin
Tanggal : 26 April 2021
Tempat : Universitas Muhammdiyah Jember

Tim Penguji


Dr. Nurul Qomariah, SE. MM
NPK. 0603426

Anggota 1



Feti Fatimah, SE. MM
NPK. 0725057901

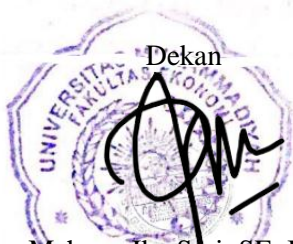
Anggota 2



Yohanes Gunawan W
NIDN. 0709068406

Mengesahkan

Dekan



Maheny Ika Sari, SE. MM
NIP. 197708112005012001

Ketua Progam Studi



Achmad Hasan H SE., MM
NPK. 1986051411703796

MOTTO

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakan dan dia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya. (Mereka berdoa), “ya tuhan kami, janganlah engkau hukum kami jika kami lupa atau kami melakukan kesalahan. Ya tuhan kami, janganlah engkau bebani kami dengan beban yang berat sebagaimana engkau bebani kepada orang – orang sebelum kami. Ya tuhan kami, janganlah engkau pikulkan kepada kami apa yang tidak sanggup kami memikulnya. Engkaulah pelindung kami, maka tolonglah kami menghadapi orang – orang kafir.

(Q.S. Al- Baqarah : 286)



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Alhamdulillah Robbil 'Alamin puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tujuan dari penelitian skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan skripsi, penulis memperoleh banyak dukungan, motivasi dan bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak ibu penulis yang selalu memotivasi, mendukung dan meridhoi segala aktivitas untuk menyelesaikan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Feti Fatimah, SE., MM selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Yohanes Gunawan selaku pembimbing 2 yang telah memberikan saran, bimbingan dan arahan selama melakukan penelitian skripsi.
3. Ibu Nurul Qomariah, SE., MM selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan selama melakukan penelitian skripsi.
4. Yanasti Aprillia Yolanda selalu mendukung dan memotivasi segala aktivitas selama menyelesaikan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Jember
5. Teman – teman kelas Manajemen B 2016 yang saling mendukung dan berbagi pengalaman suka duka roda kehidupan

Disadari sepenuhnya bahwa penyusunan penelitian skripsi ini tidak otomatis sempurna. Oleh karena itu masukan saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan guna menambang ilmu pengetahuan. Akhir kata penutulis skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Jember, 26 April 2021

Penulis

Mohammad Faisal Azroi

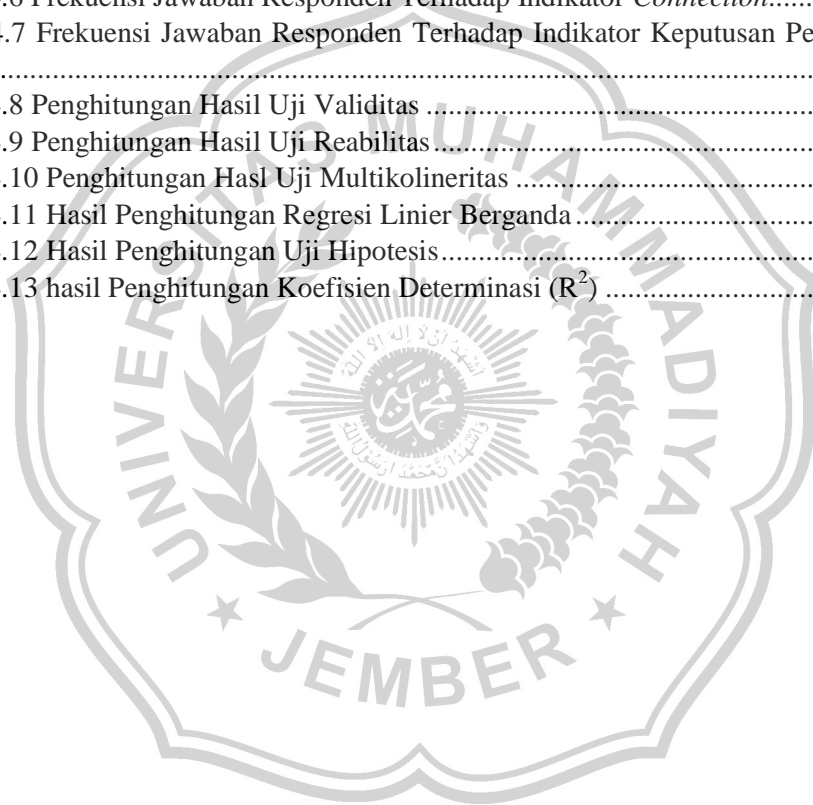
DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran	6
2.1.2 Bauran Pemasaran	6
2.1.3 Bauran Promosi	7
2.1.4 Fungsi Promosi.....	9
2.1.5 Tujuan Promosi	9
2.1.6 Periklanan atau Advertising.....	10
2.1.7 Jenis – Jenis Iklan	11
2.1.8 Tujuan Periklanan.....	12
2.1.9 Media Periklanan.....	12
2.1.10 Keputusan Pembelian	14
2.1.11 Media Sosial	19
2.1.12 Facebook	19
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Konseptual	28
2.4 Hipotesis	28
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variabel	30
3.2 Definisi Operasional Variabel	30
3.3 Desain Penelitian	32
3.4 Jenis Data Penelitian	32
3.5 Populasi dan Sampel	33
3.6 Teknik Pengambilan Sampel	34
3.7 Metode Pengumpulan Data	34

3.8 Skala Pengukuran	35
3.9 Teknik Analisis Data	35
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
4.2 Statistik Deskriptif	40
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	40
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jawaban Responden	41
4.3 Hasil Analisis Data	42
4.3.1 Uji Instrument Data	42
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	44
4.3.3 Uji Linier Berganda.....	46
4.3.4 Uji Hipotesis.....	47
4.3.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	47
4.4 Pembahasan.....	49
4.4.1 Pengaruh <i>Context</i> Terhadap Keputusan Pembelian	49
4.4.2 Pengaruh <i>Communication</i> Terhadap Keputusan Pembelian	50
4.4.3 Pengaruh <i>Collaboration</i> Terhadap Keputusan Pembelian	50
4.4.4 Pengaruh <i>Connection</i> Terhadap Keputusan Pembelian	50
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 2. Data Kuesioner	62
Lampiran 3. Hasil Uji SPSS	67
Lampiran 4. Hasil Gambar Kuesioner	76
Lampiran 5. Surat Izin Meneliti	82
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian	83
Lampiran 7. Surat Bukti Telah Menitili	85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jenis Media Iklan Utama	13
Tabel 3.1 Tabel Data Penjualan.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.3 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator <i>Context</i>	41
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator <i>Communication</i>	42
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator <i>Collaboration</i>	42
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator <i>Connection</i>	42
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Indikator Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.8 Penghitungan Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.9 Penghitungan Hasil Uji Reabilitas	44
Tabel 4.10 Penghitungan Hasil Uji Multikolinieritas	47
Tabel 4.11 Hasil Penghitungan Regresi Linier Berganda	47
Tabel 4.12 Hasil Penghitungan Uji Hipotesis	48
Tabel 4.13 hasil Penghitungan Koefisien Determinasi (R^2)	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan <i>Audiens Overview</i> di <i>Facebook</i> dan <i>Instagram</i>	2
Gambar 1.2 Merek Yang Dijual Oleh Jember Helmet Gallery	3
Gambar 1.3 Postingan Yang Dipromosikan dan Yang Tidak Dipromosikan Di <i>Facebook Advertising</i>	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4.1 Perhitungan Hasil Normalitas	44
Gambar 4.2 Perhitungan Hasil Heteroskedastisitas	45

