

**DAMPAK IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HP SAMSUNG (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH JEMBER)**

SKRIPSI

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



Oleh:

Arvin Bagaskara

17.1041.1010

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

2021

PERSETUJUAN SKRIPSI



DAMPAK IKLAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HP SAMSUNG (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER)

Oleh :

Arvin Bagaskara

17.1041.1010

Dosen Pembimbing :

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Nurul Qomariah, SE., MM.

Dosen Pembimbing 2 : Ahmad Izzudin., SE., MM.

PENGESAHAN

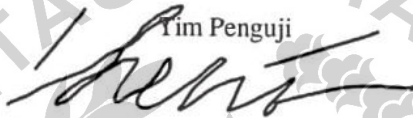
Skripsi berjudul “Dampak Iklan Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember)” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 29 April 2021

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

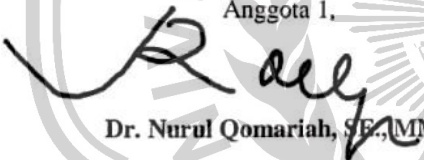
Tim Penguji



Seno Surowo, SE., MM.

NIDN : 0717106601

Anggota 1,



Dr. Nurul Qomariah, SE., MM.

NIDN : 0701086702

Anggota 2



Ahmad Izzudin., SE., MM.

NIDN : 0707109002

Mengesahkan,



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arvin Bagaskara

NIM : 1710411010

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **Dampak Iklan Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah 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 dikap 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 kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 29 April 2021

Yang menyatakan,




METERAL
TEMPEL
8565AAJX209718126

Arvin Bagaskara

NIM. 171.0411.010

MOTTO

Sukses adalah guru yang buruk. Sukses menggoda orang yang tekun ke dalam pemikiran bahwa mereka tidak dapat gagal

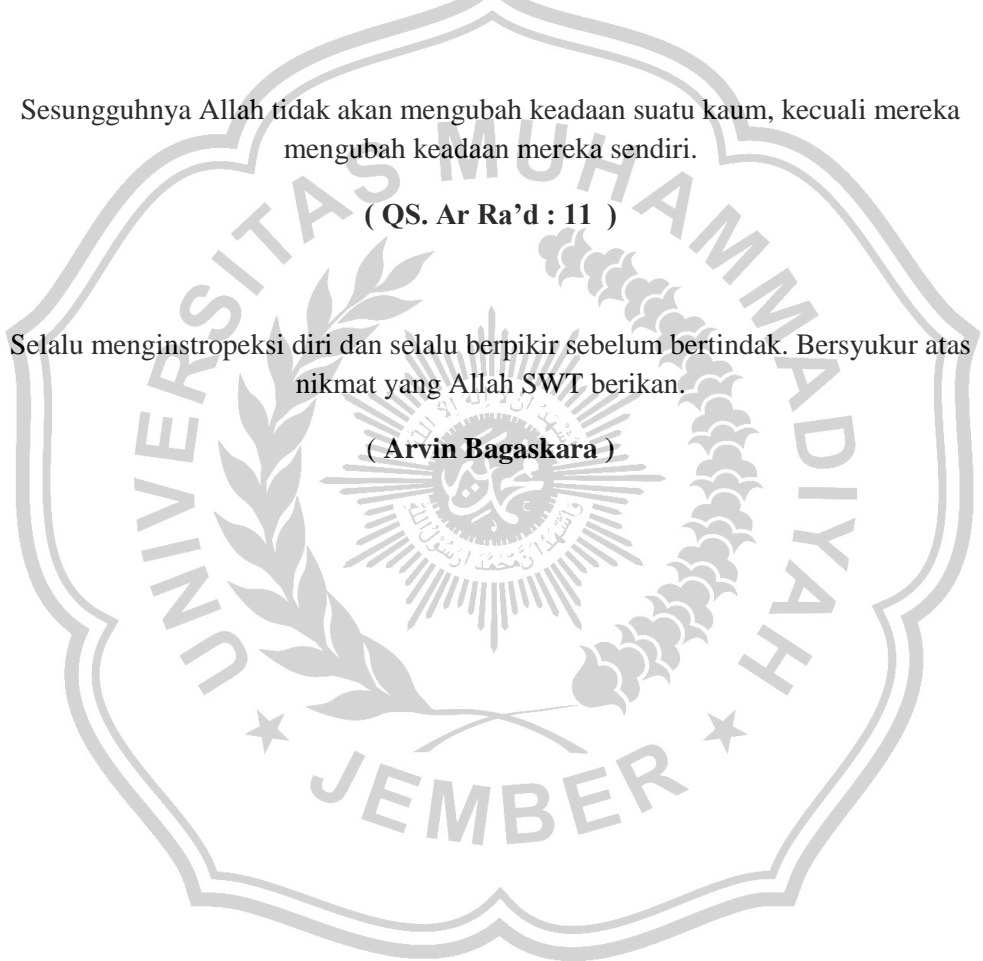
(**Bill Gates**)

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, kecuali mereka mengubah keadaan mereka sendiri.

(**QS. Ar Ra'd : 11**)

Selalu menginstropeksi diri dan selalu berpikir sebelum bertindak. Bersyukur atas nikmat yang Allah SWT berikan.

(**Arvin Bagaskara**)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan ridha-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan kali ini saya ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Terima kasih kepada kedua orang tua saya, **Bapak Abdurrahman** dan **Ibu Vivin Damayanti** yang telah setia menemani, memahami, membimbing, mendukung, menasehati, dan yang selalu mendoakan saya setiap detik waktu yang mereka lalui di setiap hembus napasnya.
3. Terima kasih kepada adek saya **Arvin Bramasta** dan **Arvin Bramasyuda** yang selalu mendukung dan mendoakan saya.
4. Terimakasih kepada saudara-saudara saya yang telah mendukung dan mendoakan saya.
5. Terimakasih kepada **Ibu Dr.Nurul Qomariah, SE., MM.**, selaku dosen pembimbing satu yang telah membantu, membimbing, dan mempermudah dalam penyusunan skripsi saya.
6. Terimakasih kepada **Bapak Ahmad Izzudin SE., MM.**, selaku dosen pembimbing dua yang telah membantu, membimbing, dan mempermudah dalam penyusunan skripsi saya.
7. Terimakasih kepada kekasih tercinta saya **Yuli Krismonita Dewi** yang selalu menyemangati, mendukung, membantu, mendoakan dan selalu ada untuk saya.
8. Terimakasih kepada teman saya yang sudah membantu saya dan selalu mendoakan saya.
9. Terimakasih kepada alamater tercinta **Universitas Muhammadiyah Jember**.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT atas berkat dan rahmat hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **“Dampak Iklan Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember)”** tepat pada waktunya guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Terselesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember **Dr. Hanafi, S.pd.**
2. Ibu **Maheni Ika sari, SE., M.M**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak **A. Hasan Hafidzi, SE., MM**, selaku ketua program studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu **Dr. Nurul Qomariah, SE., MM.**, Bapak **Ahmad Izzuddin, SE., MM.**, dan Bapak **Seno Sumowo, SE., MM** selaku dosen pembimbing dan penguji yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan ilmu, dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Kepada mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membantu penulis.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Jember, 29 April 2021

Arvin Bagaskara

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN PENULIS	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN SKRIPSI	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teori	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran	6
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	7
2.1.3 Definisi Periklanan	8
2.1.4 Definisi Media Sosial	9
2.1.5 Keputusan Pembelian	10
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Konseptual	15
2.4 Hipotesis.....	16
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Variabel	18
3.2 Definisi Operasional Variabel	18
3.2.1 Variabel Bebas.....	18
3.2.2 Variabel Terikat	19
3.3 Desain Penelitian.....	20

3.4 Jenis Data	20
3.5 Populasi dan Sampel.....	20
3.5.1 Populasi.....	20
3.5.2 Sampel	20
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel	21
3.1 Teknik Pengumpulan Data	21
3.7 Teknik Analisis Data	21
3.7.1 Uji Validitas.....	21
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	21
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	22
3.7.4 Uji Hipotesis	23
3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda	23
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah Singkat dan Gambaran Umum	24
4.2 Statistik Deskriptif.....	25
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	25
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Melihat Iklan Hp Samsung di Media Sosial	26
4.3 Hasil Analisis Data.....	27
4.3.1 Uji Instrumen Data	27
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	29
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda	31
4.3.4 Uji Hipotesis	33
4.3.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	33
4.1 Pembahasan	34
4.4.1 Pengaruh <i>Attitude Toward The Ad</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
4.4.2 Pengaruh <i>Ad Recall</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	35
4.4.3 Pengaruh <i>Clik Throught Rates</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	36
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	37
5.2 Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA	39

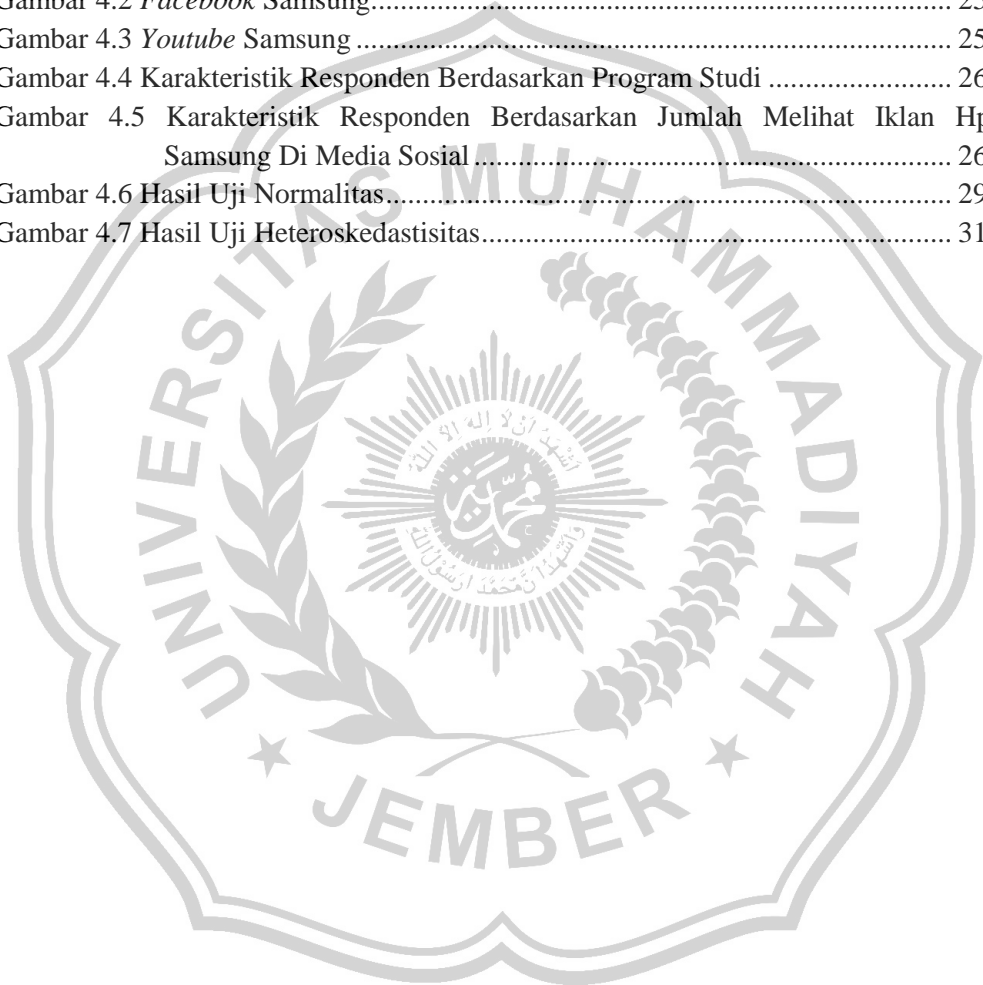
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	27
Tabel 4.2 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	28
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	30
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	32
Tabel 4.5 Hasil Uji Hipotesis	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Produk <i>Smartphone</i> 2018-2019.....	2
Gambar 1.2 Data Penjualan Produk <i>Smartphone</i> 2020.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	15
Gambar 4.1 <i>Instagram</i> Samsung.....	25
Gambar 4.2 <i>Facebook</i> Samsung.....	25
Gambar 4.3 <i>Youtube</i> Samsung	25
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	26
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Melihat Iklan Hp Samsung Di Media Sosial	26
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	29
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pengantar Kuesioner.....	42
Lampiran 2 Identitas Responden.....	43
Lampiran 3 Kuesioner.....	44
Lampiran 4 Rekapitulasi Data.....	46
Lampiran 5 Dokumentasi.....	50
Lampiran 6 Hasil Pengolahan Data Uji Validitas.....	51
Lampiran 7 Hasil Pengolahan Data Uji Reliabilitas.....	53
Lampiran 8 Hasil Pengolahan Data Uji Asumsi Klasik.....	54

