

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, *WORD OF MOUTH* DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI DANA ISWARA DULANG

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**

**Oleh
I Komang Oka Sucita
NIM 1817041133**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

Menyetujui,

Pembimbing I,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

Pembimbing II,



Ni Luh Wawan Savang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

Skripsi oleh I Komang Oka Sucita
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 20 April 2022

Dewan Penguji



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Ni Luh Wyan Savang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

(Anggota)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 198502202010121007

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 20 April 2022

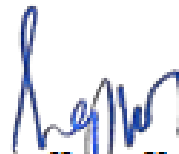
Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Komang Krishna Hervanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA.
NIP.197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing*, *Word of Mouth* dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Dana Iswara Dulang” beserta seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 20 April 2022
Yang membuat pernyataan,



I Komang Oka Sucita
NIM. 1817041133

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Ida Hyang Widhi Wasa karena atas Asung Kerta Wara Nugraha-Nya, skripsi dengan judul **“Pengaruh *Social Media Marketing*, *Word of Mouth* dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Dana Iswara Dulang”** dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

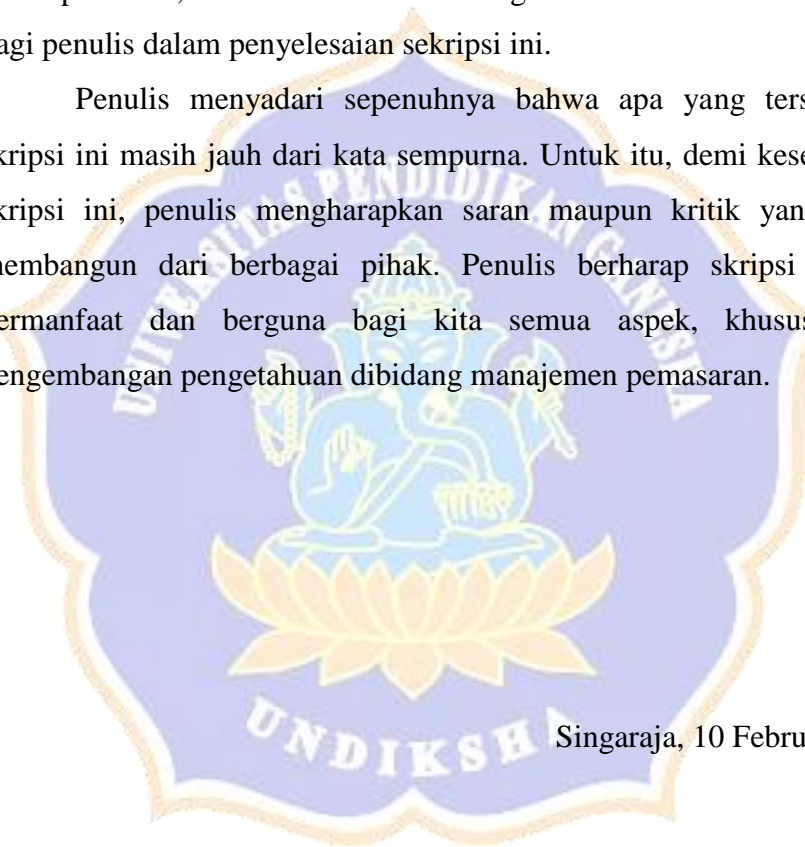
Terselesaikan skripsi ini berkat bimbingan dan arahan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat mengatasi segala bentuk permasalahan dan hambatan-hambatan yang ditemui dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E. Ak., M.Si., CA, CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. selaku Pembimbing I yang dengan penuh rasa tanggung jawab dan ketegasan memberikan bimbingan, saran serta motivasi yang bermanfaat bagi penulis sampai terselesainya skripsi ini.
6. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. selaku Pembimbing II yang dengan penuh rasa tanggung jawab dan ketegasan memberikan bimbingan, saran serta motivasi yang bermanfaat bagi penulis sampai terselesainya skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
8. Yang teristimewa Bapak (I Nyoman Merta) dan Ibu (Ni Ketut Lambon).

Selaku orang tua penulis yang tiada henti dalam memberikan motivasi, dukungan dan nasehat berupa moral dan material yang selalu menjadi penyemangat dalam penyelesaian skripsi ini.

9. Kepada Anita, Nadia, Ami, Cakra, Robi, Agus, Deny yang senantiasa membantu dan memberikan motivasi selama belajar di Program Studi Manajemen hingga menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman kelas G Manajemen dan Teman-teman kelas A Pemasaran.
11. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu pada kesempatan ini, terima kasih atas dukungan dan motivasi serta semangat bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua aspek, khususnya bagi pengembangan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.



Singaraja, 10 Februari 2022

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	7
1.3 Pembatasan Masalah Penelitian.....	8
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
2.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	10
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	11
2.2 <i>Social media marketing</i>	12
2.2.1 Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	12
2.2.2 Elemen <i>Social Media Marketing</i>	14
2.2.3 Indikator <i>Social Media Marketing</i>	15
2.3 <i>Word of Mouth</i>	16
2.3.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i>	16
2.3.2 Dimensi <i>Word of Mouth</i>	16
2.3.3 Indikator <i>Word of Mouth</i>	17
2.3.4 Jenis <i>Word of Mouth</i>	17

2.4 Desain Produk.....	18
2.4.1 Pengertian Desain Produk.....	18
2.4.2 Dimensi Desain Produk.....	18
2.4.3 Indikator Desain Produk.....	29
2.4.4 Aspek-aspek Desain Produk.....	20
2.5 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	21
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	25
2.6.1 Hubungan <i>Social Media Marketing</i> , <i>Word of Mouth</i> dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.6.2 Hubungan <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.6.3 Hubungan <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian...	26
2.6.4 Hubungan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian...	27
2.7 Kerangka Pemikiran.....	27
2.8 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.2 Rancangan Penelitian.....	32
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	32
3.4 Populasi Penelitian.....	32
3.5 Sampel Penelitian.....	32
3.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
3.7 Sumber Data.....	36
3.8 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	36
3.8.1 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.8.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	37
3.9 Metode dan Teknik Analisis Data.....	40
3.9.1 Uji Asumsi Klasik.....	41
3.9.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	43
3.9.3 Pengujian Hipotesis.....	43

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Deskripsi Data.....	47
4.1.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	47
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	47
4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	49
4.2.1 Uji Normalitas.....	49
4.2.2 Uji Multikolonieritas.....	51
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
4.3 Uji Regresi Linier Berganda.....	54
4.4 Koefisien Determinasi.....	57
4.5 Pengujian Hipotesis.....	57
4.5.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	57
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	58
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
4.6.1 Pengaruh Simultan <i>Social Media Marketing</i> , <i>Word of Mouth</i> , dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Dana Iswara Dulang.....	59
4.6.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Dana Iswara Dulang.....	62
4.6.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Dana Iswara Dulang.....	64
4.6.4 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Dana Iswara Dulang.....	65
4.7 Implikasi.....	67
4.7.1 Implikasi <i>Social Media Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.7.2 Implikasi <i>Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	67
4.7.3 Implikasi Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	68
4.8 Keterbatasan Penelitian.....	68

BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Rangkuman.....	70
5.2 Simpulan.....	71
5.3 Saran.....	72
DAFTAR RUJUKAN.....	74
LAMPIRAN.....	78



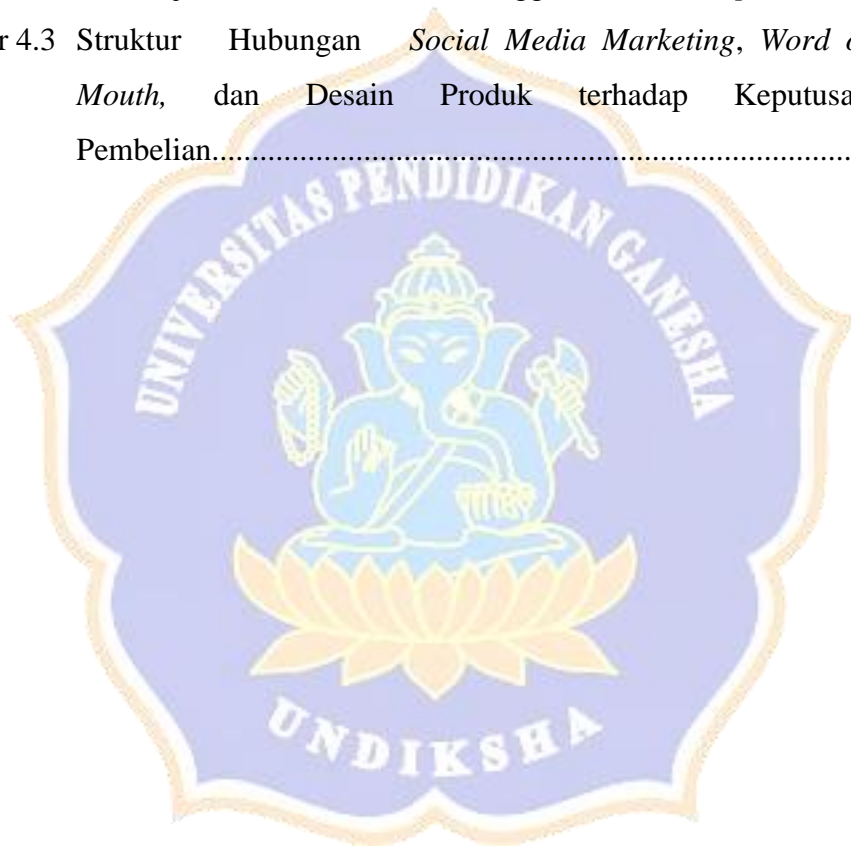
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Studi Empiris Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur.....	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas dengan <i>One-Sample Kolmogorov-smirnov Test</i>	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas Menggunakan Uji Glejser.....	54
Tabel 4.6 Ringkasan <i>Output</i> SPSS Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Data Penjualan di Dana Iswara Dulang Tahun 2020.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Sosial Media Marketing, <i>Word of Mouth</i> dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	29
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik <i>P-Plot</i>	50
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan <i>Scatterplot</i>	54
Gambar 4.3 Struktur Hubungan <i>Social Media Marketing</i> , <i>Word of Mouth</i> , dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01 Data Penjualan Dana Iswara Dulang Periode Januari s/d Desember 2020.....	79
Lampiran 02 Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 03 Tabulasi Data Kuesioner Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X_1) Word of Mouth (X_2) dan Desain Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	84
Lampiran 04 Deskripsi Data Responden.....	89
Lampiran 05 <i>Output SPSS 24.0 for Windows</i> Uji Validitas.....	90
Lampiran 06 <i>Output SPSS 24.0 for Windows</i> Reliabilitas.....	94
Lampiran 07 <i>Output SPSS 24.0 for Windows</i> Uji Asumsi Klasik.....	95
Lampiran 08 <i>Output SPSS 24.0 for Windows</i> Uji Regresi Linier Berganda.....	98
Lampiran 09 Dokumentasi Kegiatan.....	99

