

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA USAHA NEANA FLORIST**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Universitas Pendidikan Ganesha  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan  
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh  
Kadek Ayu Nensiana  
NIM 1917041157**

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

**2023**

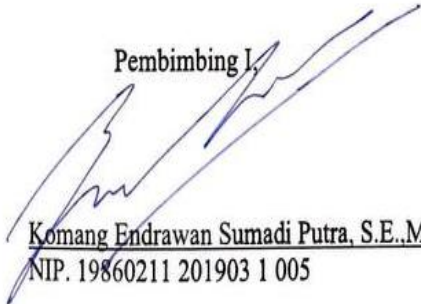


**SKRIPSI**

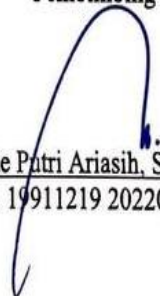
**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS  
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK  
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**Menyetujui**

Pembimbing I,

  
Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E.,M.M.  
NIP. 19860211 201903 1 005

Pembimbing II,

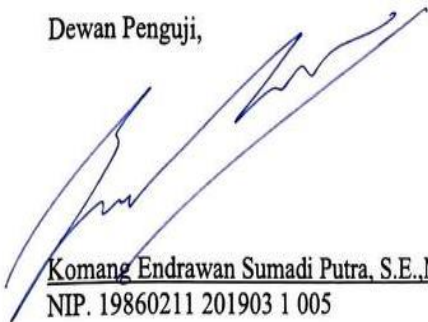
  
Made Putri Ariasih, S.Si., M.M.  
NIP. 19911219 202203 2 010

Skripsi oleh Kadek Ayu Nensiana

Telah dipertahankan didepan dewan penguji


Pada tanggal 27 Februari 2023

Dewan Penguji,



Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M.  
NIP. 19860211 201903 1 005

(Ketua)



Made Putri Ariasih, S.Si., M.M.  
NIP. 19911219 202203 2 010

(Anggota)



Dr. Komang Krisna Hervanda, S.E., M.M.  
NIP. 19830921 201504 1 001

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada :

Hari : Senin

Tanggal : 27 Februari 2023

**Mengetahui,**

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.  
NIP. 19681029 199303 2 001

Sekretaris Ujian,



Dr. Komang Krisna Hervanda, S.E., M.M.  
NIP. 19830921 2015031 001



Mengesahkan  
Dekan Fakultas Ekonomi

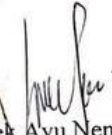
Prof. Dr. Gede Adi Yumarta, S.E., M.Si., Ak., CPA  
NIP. 19790616 200212 1 003

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Media Sosial dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Neana Florist”, beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan, atas pernyataan ini saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan pelanggaran atas etika keilmuan karya saya atau ada klaim keaslian karya saya ini.



Singaraja, 27 Januari 2023  
Yang membuat pernyataan

  
Kadek Ayu Nensiana  
NIM. 1917041157

## **MOTTO**

*“Kegagalan adalah proses mencapai  
kesuksesan”*

*Ayu Nensiana*



## **KATA PERSEMBAHAN**

Puji Syukur saya panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa atas anugrah dan karunia yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat waktu.

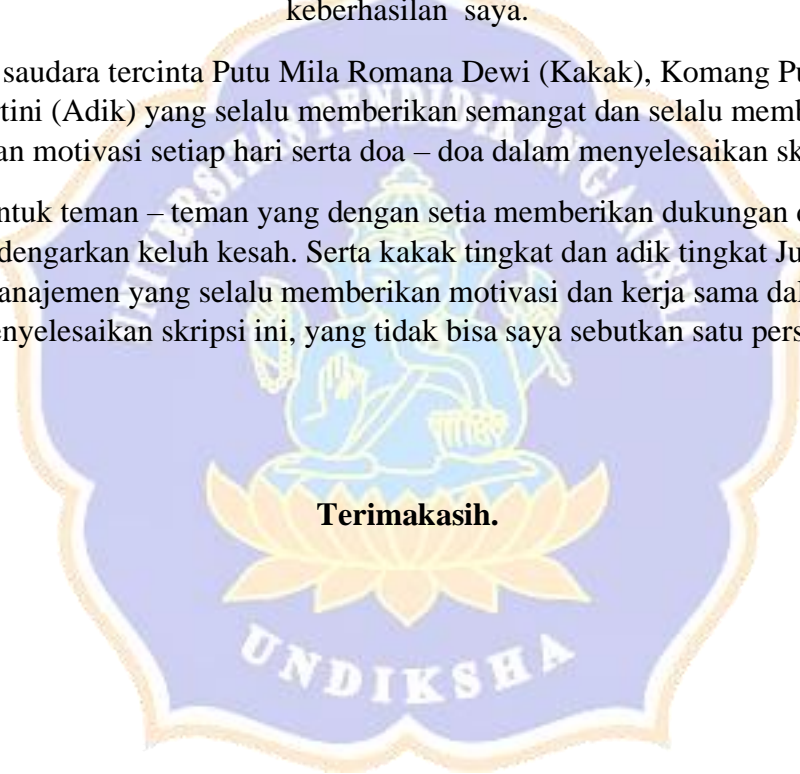
Kepada Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E.,M.M., selaku Pembimbing I dan Made Putri Ariasih, S.Si., M.M., selaku Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan, saran, motivasi dan masukan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian skripsi.

Keluarga tercinta, I Made Sutayasa, S.Pd.,M.Pd. (Bapak), dan Desak Ketut Widiartini, S.Pd. (Ibu) yang telah bekerja keras dan penuh kesabaran dalam memberikan doa, kasih sayang, nasehat, dan motivasi demi kesuksesan dan keberhasilan saya.

Kepada saudara tercinta Putu Mila Romana Dewi (Kakak), Komang Putri Natia Sutiartini (Adik) yang selalu memberikan semangat dan selalu memberikan dorongan motivasi setiap hari serta doa – doa dalam menyelesaikan skripsi ini.

Untuk teman – teman yang dengan setia memberikan dukungan dan mendengarkan keluh kesah. Serta kakak tingkat dan adik tingkat Jurusan Manajemen yang selalu memberikan motivasi dan kerja sama dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

**Terimakasih.**





## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Neana Florist”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Endrawan Sumadi Putra, S.E., M.M., selaku Pembimbing Akademik dan Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
5. Made Putri Ariasih, S.Si., M.M., selaku Pembimbing II yang memberikan saran dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab dan kesabaran dalam mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan ilmu dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
7. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan staf yang telah bersedia membantu penulis dalam memberikan informasi selama perkuliahan.
8. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha dan staf yang telah membantu memberikan kemudahan dalam meminjam buku selama proses skripsi ini.
9. Kedua orang tua (I Made Sutayasa, S.Pd.,M.Pd. dan Desak Ketut Widiartini, S.Pd.), dan Saudara (Putu Mila Romana Dewi dan Komang Putri Natia Sutiartini) yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2019.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, Januari 2023



Penulis

## DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA .....	i
ABSTRAK .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
2.1 Keputusan Pembelian .....	11
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian .....	12
2.1.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	12
2.2 Media Sosial .....	13
2.2.1 Pengertian Media Sosial.....	13
2.2.2 Karakteristik Media Sosial.....	14
2.2.3 Dimensi Media Sosial .....	14
2.2.4 Indikator Media Sosial .....	15
2.3 Kualitas Produk .....	16
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	16
2.3.2 Dimensi Kualitas Produk .....	17
2.3.3 Indikator Kualitas Produk .....	17
2.4 Penelitian Terdahulu.....	18

2.5	Hubungan Antar Variabel.....	22
2.5.1	Hubungan Media Sosial dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.5.2	Hubungan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.5.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian...	24
2.6	Kerangka Berpikir .....	24
2.7	Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>27</b>
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.1.1	Tempat Penelitian .....	27
3.1.2	Waktu Penelitian.....	27
3.2	Rancangan Penelitian .....	27
3.3	Subjek Penelitian dan Objek Penelitian.....	28
3.4	Populasi dan Sampel.....	28
3.4.1	Populasi Penelitian.....	28
3.4.2	Sampel Penelitian .....	29
3.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	30
3.6	Metode dan Instrumen Pengumpulan Data .....	32
3.6.1	Metode Pengumpulan Data.....	32
3.6.2	Instrumen Pengumpulan Data.....	33
3.7	Metode dan Teknik Analisis Data .....	36
3.8	Uji Asumsi Klasik .....	39
3.9	Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.10	Pengujian Hipotesis .....	39
3.10.1	Uji Secara Simultan (Uji F).....	40
3.10.2	Uji Secara Parsial (Uji t) .....	40
3.11	Koefisien Determinasi $R^2$ .....	41
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>43</b>
4.1	Deskripsi Data .....	43
4.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	45

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.4 Koefisien Determinasi $R^2$ .....	50
4.5 Pengujian Hipotesis .....	51
4.5.1 Uji t (Parsial).....	52
4.5.2 Uji F (Simultan).....	51
4.6 Pembahasan .....	53
4.6.1 Pengaruh Media Sosial dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Neana Florist .....	53
4.6.2 Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Neana Florist .....	55
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Neana Florist .....	57
4.7 Keterbatasan Penelitian .....	58
4.8 Implikasi .....	59
4.8.1 Implikasi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian .....	59
4.8.2 Implikasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	61
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>63</b>
5.1 Rangkuman.....	63
5.2 Simpulan.....	64
5.3 Saran.....	64
<b>DAFTAR RUJUKAN</b> .....	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Buket Ketiga Florist Periode bulan Juli-September Tahun 2022 .....	5
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel Penelitian .....	30
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil .....	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil .....	36
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Ringkasan <i>Output</i> SPSS Uji Multikolinearitas .....	47
Tabel 4.4 Ringkasan <i>Output</i> SPSS Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.5 Uji Koefisien Determinasi .....	51
Tabel 4.6 Ringkasan <i>Output</i> SPSS Uji Secara Simultan.....	52
Tabel 4.7 Ringkasan <i>Output</i> SPSS Uji Secara Parsial .....	53





## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Pengaruh Media Sosial dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Usaha Neana Florist .....	25
Gambar 4.1 Kurva Normal P-Plot.....	46
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplot</i> Heteroskedastisitas .....	48



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01 Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 02 Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Kecil.....	76
Lampiran 03 Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Besar.....	79
Lampiran 04 Deskripsi Responden .....	85
Lampiran 05 Daftar Nilai rtabel Signifikansi 5% dan 1% .....	86
Lampiran 06 <i>Distribution</i> Nilai Tabel $F_{0,05}$ <i>Degrees Of Freedom For</i> <i>Nominator</i> .....	87
Lampiran 07 Distribusi Nilai $t_{tabel}$ .....	88
Lampiran 08 Hasil <i>Output</i> SPSS 25 For Windows, Media Sosial (X1), Kualitas Produk (X2), Keputusan Pembelian (Y) .....	89

