

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP
PURCHASE INTENTION LINE UP PRODUCT SAYWICH
DARI DOURÉ**



SKRIPSI

Disusun Oleh:

Agnes Devita Putri Prasetya

NRP. 1723019009

**FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2022**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP
PURCHASE INTENTION LINE UP PRODUCT SAYWICH
DARI DOURÉ**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis

Fakultas Kewirausahaan

OLEH:

Agnes Devita Putri Prasetya

NRP. 1723019009

**FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2022**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agnes Devita Putri Prasetya

NRP : 1723019009

Judul Skripsi : *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION LINE UP PRODUCT SAYWICH DARI DOURÉ*

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 18 Januari 2023

Yang Menyatakan,



Agnes Devita Putri Prasetya

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama : Agnes Devita Putri Prasetya
NRP : 1723019009

Menyetujui karya ilmiah saya,
Judul : Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Purchase Intention Line Up Product Saywich* Dari Douré.

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet/ di media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Januari 2022

Yang Menyatakan,



Agnes Devita Putri Prasetya

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI
PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP
PURCHASE INTENTION LINE UP PRODUCT SAYWICH DARI
DOURÉ

OLEH:
AGNES DEVITA PUTRI PRASETYA
NRP. 1723019009

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan Kepada Tim Penguji,
Pembimbing I, Pembimbing II,



Aldo Hardi Sancoko, SE., MM

Tanggal: 10/1 2023



Andy Pratama Sulisty, SM., MSM

Tanggal: 0/1 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Agnes Devita Putri Prasetya NRP: 1723019009
Telah diuji pada tanggal 12 Januari 2023 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

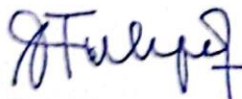
Ketua Tim Penguji ,



Yan Christianto Setiawan, SE., M.Si
NIK. 172.18.0989

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Diah Tulipa, MM
NIK. 172.02.0543

Ketua Prodi



Aldo Hardi Sancoko, SE., MM
NIK. 172.18.0997

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan berkat-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan dan penulisan tugas akhir dengan sangat baik dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap *Purchase Intention Line Up Product* Saywich Dari Douré”. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan mendukung penulis dalam menyusun tugas akhir sehingga dapat terselesaikan dengan sangat baik untuk memenuhi persyaratan kelulusan Program Studi Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Oleh karena hal tersebut, pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih kepada:

- 1) Kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat, rahmat, dan bimbingan-Nya, penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.
- 2) Orang Tua dan Adik yang paling penulis sayangi dan hormati, Bapak Arief, Ibu Yesiana dan Rendra. Terima kasih banyak atas doa, dukungan, bimbingan, serta semangat yang tidak pernah berhenti diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan baik dan lancar.
- 3) Dr. Diyah Tulipa, MM selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
- 4) Kepada dosen, karyawan, dan staff tata usaha Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Bapak Kris, Ibu Tutik yang secara langsung atau tidak langsung mendukung penulis dalam menyusun tugas akhir hingga pelaporan tugas akhir.
- 5) Bapak Aldo selaku dosen pendamping yang telah membantu, membimbing serta menuntun penulis dalam pembuatan tugas akhir hingga menjadi layak.
- 6) Bapak Andy selaku dosen pendamping yang dengan amat sabar membantu, membimbing serta menuntun penulis dalam pembuatan tugas akhir hingga menjadi layak.
- 7) Emanuela Adika yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam proses menyelesaikan tugas akhir penulis.

- 8) Pembayun yang selalu mendukung dan membantu dalam setiap proses penyelesaian tugas akhir penulis.
- 9) Tabytha Prima Gabriela yang selalu memberikan dukungan baik *support* maupun lainnya yang membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
- 10) Kepada pemilik NRP. 142301939 sebagai teman sekaligus sahabat serta sesama pejuang Skripsi yang telah menjadi tempat penulis untuk bercerita dan berkeluh kesah. Terima kasih pula karena sudah meluangkan waktu dikala sama-sama menyelesaikan tugas akhir serta terima kasih karena telah memberikan segala bentuk dukungan dengan sabar sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan lancar.
- 11) Jeremy William yang menjadi teman seperjuangan Skripsi yang menjadi tempat bercerita ketika penulis sedang lelah dan terima kasih telah memberikan segala bentuk dukungan dengan sabar sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan baik dan lancar.
- 12) *Last but not least, I wanna thank me for beliving in me, I wanna thank me for doing all this hardwork, I wanna thank me having no days off, I wanna thank me for never quitting and I wanna thank me for just being me at all times.*

Akhir kata, mengingat bahwa keterbatasan yang dimiliki oleh penulis dalam penyelesaian tugas akhir ini disampaikan permohonan maaf. Oleh karena hal tersebut, segala bentuk kritik dan saran yang sifatnya membangun akan diterima oleh penulis dengan senang hati. Penulis berharap semoga penulisan tugas akhir ini dapat bermanfaat dan dapat menambah wawasan pembaca.

Surabaya, 09 Januari 2023
Yang Menyatakan,

Agnes Devita Putri Prasetya

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
2.1 Peneliti Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	17
2.4 Kerangka Penelitian/ Konseptual	19
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	19
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Objek Penelitian	20

3.3 Populasi dan Sampel.....	20
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	22
3.6 Statistik Deskriptif dan Skala Pengukuran Data	25
3.7 Pengujian Kualitas Data	25
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	26
3.9 Uji Asumsi.....	28
3.10 Uji Model.....	30
3.11 Uji Hipotesis	30
3.12 Rumus Persamaan Regresi Berganda.....	30
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Penyebaran Dan Pengembalian Kuesioner	32
4.2 Gambaran Umum Responden (Karakteristik Demografi).....	33
4.3 Hasil Uji Validitas.....	37
4.4 Uji Reliabilitas	40
4.5 Hasil Uji Asumsi.....	41
4.6 Hasil Uji Hipotesis	48
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.8 Pembahasan	52
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan update konten antara produk good time dan chiki balls	2
Tabel 1.2 Perbandingan interaksi konten dari produk “good time” dan “chiki balls”	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu dan Saat Ini	11
Tabel 4.1 Pembagian dan Pengambilan Kuesioner	32
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 4.3 Karakteristik Usia Responden	34
Tabel 4.4 Karakteristik Domisili Responden.....	34
Tabel 4.5 Karakteristik Profesi Pekerjaan Responden	34
Tabel 4.6 Karakteristik Penghasilan Responden.....	35
Tabel 4.7 Karakteristik Jenis Sandwich yang Pernah Dikonsumsi Responden	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Interactivity	38
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Informativeness	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Entertainment	39
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Relevance.....	39
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Purchase Intention	40
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.14 Tabel Data Statistik Kolmogorov-Smirnov Test.....	43
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	44
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi	46
Tabel 4.18 Hasil Uji Model F.....	47
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis	48
Tabel 4.20 Hasil Uji Regreis Liniear Berganda.....	50
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi.....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Youtube Good Time Indonesia	4
Gambar 1.2 Instagram Good Time Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Model atau Kerangka Konseptual Peneliti	19
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas	41
Gambar 4.2 Pola Uji Normalitas.....	42
Gambar 4.3 Scatterplot Uji Heterokedastisitas	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Case Processing Summary 140.....	62
Lampiran 2 Outlier 140 cases	63
Lampiran 3 Case Processing Summary 120 cases.....	64
Lampiran 4 Case Summaries 120 Cases.....	65
Lampiran 5 Tabel Frekuensi	93
Lampiran 6 Uji Validitas	100
Lampiran 7 Uji Reliabilitas	105
Lampiran 8 Uji Normalitas	106
Lampiran 9 Uji Heterokedastisitas	109
Lampiran 10 Uji Autokorelasi.....	111
Lampiran 11 Hasil Uji Model	113
Lampiran 12 Hasil Uji Regresi.....	114

ABSTRAK

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION LINE UP PRODUCT* SAYWICH DARI DOURÉ

Setiap perusahaan memiliki strategi dalam memasarkan produk di media sosial dan hal tersebut menjadi penting untuk sebuah perusahaan dalam memperkenalkan produknya. Berbagai jenis strategi yang ada dalam media sosial dapat mempengaruhi minat beli calon konsumen oleh karena itu penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* terhadap *purchase intention*. Dalam penelitian ini *social media marketing* difokuskan pada *interactivity*, *informativeness*, *entertainment*, dan *perceived relevance* sebagai faktor yang akan diteliti dan menilai pengaruhnya terhadap minat beli. Saywich merupakan sebuah bisnis yang bergerak dibidang kuliner yang memproduksi makanan ringan berupa sandwich isi buah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioer melalui google form. Selain itu, dalam penelitian ini menggunakan 120 responden yang merupakan pengikut Instagram Saywich dan mengetahui konten Saywich. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *interactivity*, *informativeness*, *entertainment*, dan *perceived relevance* memiliki pengaruh positif terhadap *purchase intention* produk Saywich.

Kata kunci: *interactivity*, *informativeness*, *entertainment*, dan *perceived relevance*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON DOURÉ'S PURCHASE INTENTION LINE UP PRODUCTS

Every company has a strategy for marketing products on social media and this is important for a company to introduce its products. Various types of strategies that exist in social media can affect the purchase intention of prospective customers, therefore this study has the aim of knowing the effect of social media marketing on purchase intention. In this study, social media marketing is focused on interactivity, informativeness, entertainment, and perceived relevance as factors that will be examined and assess their influence on purchase intention. Saywich is a business engaged in the culinary field that produces snacks in the form of sandwiches filled with fruit. The method used in this study is a quantitative method using multiple linear regression analysis. This study collects data by distributing questionnaires through Google form. In addition, this study uses 120 respondents who are Instagram followers of Saywich and know Saywich content. The results showed that interactivity, informativeness, entertainment, and perceived relevance had a positive influence on the purchase intention of Saywich products.

Keywords: interactivity, informativeness, entertainment, and perceived relevance