

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *WHATSAPP BUSINESS* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MSGLOWPUSAT.PLG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

OLEH:

**RAHMA DONA
NPM 062030601491**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2023**

PENGARUH MEDIA SOSIAL WHATSAPP BUSINESS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MSGLOWPUSAT.PLG



LAPORAN AKHIR

OLEH:

RAHIMA DONA
NPM 062030601491

Menyetujui,

Palembang, 31 Agustus 2023

Pembimbing I,

Dr. Heri Setiawan, S.E., M.A.B., CPMA
NIP 197602222002121001

Pembimbing II,

Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si
NIP 198602262015042003

Mengetahui,

Ketua Jurusan
Adminjstrasi Bisnis,

Dr. Heri Setiawan, S.E., M.A.B., CPMA.
NIP 197602222002121001

Koordinator Program Studi
D. III Administrasi Bisnis,

Fetty Maretha, S.E., M.M.
NIP 198203242008012009

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :Rahma Dona

NPM : 062030601491

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Administrasi Penjualan

Judul Laporan Akhir :Pengaruh Media Sosial *Whatsapp Business* Terhadap
Keputusan Pembelian Pada *Msglowpusat.plg*

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima saksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah ini surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak pihak yang berkepentingan.

Palembang, Agustus 2023
Yang membuat pernyataan,



Rahma Dona
NPM 062030601491

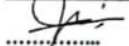


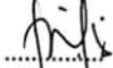
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Rahma Dona
NPM : 062030601491
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Media Sosial *Whatsapp Business*
Terhadap Keputusan Pembelian Pada
Msglowpusat.plg

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan LULUS
Pada Hari:

Tanggal:2023

TIM PENGUJI

<u>No</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. Heri Setiawan S.E., M.A.B., CPMA Ketua Penguji		30/8/2023
2.	Ummasyroh, S.E., M.Ed.M Anggota Penguji		30/8/2023
3.	Dr. Dewi Fadila, S.E., M.M Anggota Penguji		30/8/2023
4.	Fetty Maretha, S.E., M.M Anggota Penguji		31/8/2023

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Permata tidak bisa berkilau tanpa gesekan. Begitu juga manusia, tidak ada manusia yang luar biasa tanpa cobaan” (Rahma Dona)

Persembahkan Kepada

-Orang Tua Tercinta

- Dosen-dosen Administrasi Bisnis

**- Teman-teman Seperjuangan
Angkatan 2020**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dengan judul **“Pengaruh Media Sosial *Whatsapp Business* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Msglowpusat.plg*”**.

Tujuan penyusunan Laporan Akhir ini untuk mengetahui media sosial *Whatsapp Business* dalam keputusan pembelian konsumen pada *Msglowpusat.plg* serta untuk mengetahui persyaratan menyelesaikan pendidikan diploma III pada Jurusan administrasi Bisnis program studi Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Saya menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis dengan rendah hati menerima setiap masukan berupa saran dan kritik yang bersifat membangun dan dapat melengkapi Laporan Akhir ini.

Akhir kata penulis mohon maaf atas kekeliruan dan kesalahan yang telah penulis lakukan dalam penulisan laporan ini dan semoga Laporan Akhir ini dapat berguna bagi semua pihak, khususnya bagi Jurusan Administrasi Bisnis.

Palembang, Juli 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan Akhir ini, Saya banyak Sekali mendapat bantuan dari bimbingan, kritik dan saran serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung yang sangat berarti bagi penulis, untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya sekaligus dosen Pembimbing I Laporan Akhir yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu penulisan dalam penyusunan Laporan Akhir ini.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E, M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Mareta, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis selama menyelesaikan Laporan Akhir.
6. Ibu Ramona selaku pemilik Usaha Msglowpusat.plg yang telah bersedia mengizinkan saya melakukan penelitian laporan akhir di Msglowpust.plg.
7. Segenap Dosen dan Civitas Akademika Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
8. Terima kasih kepada kedua Orang Tua saya telah memberikan doa, dukungan dan semangat selama penulis menyelesaikan Laporan Akhir ini.
9. Terima kasih kepada sahabat-sahabat saya dikampus Nafisah Candella Putri dan Zatira Putri Albani telah menjadi orang yang baik, setia menemani, dan selalu memberikan canda tawa diperkulihan ini hingga menyelesaikan laporan akhir ini.

Penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, dukungan, doa dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis. Semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan dari Allah SWT.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial *Whatsapp Business* terhadap keputusan pembelian pada *Msglowpusat.plg*. *Msglowpusat.plg* merupakan suatu usaha online yang bergerak dibidang penjualan skincare *Msglow*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan studi pustaka, wawancara, dan kuisisioner. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan pada *Msglowpusat.plg* yang ada di *Whatsapp* yang berjumlah 196 orang. Jumlah sampel yang penulis tentukan yaitu sebesar 66 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai korelasi antara variabel media sosial *Whatsapp Business* dan keputusan pembelian kuat. Uji koefisiensi determinasi juga menunjukkan bahwa media sosial *Whatsapp* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial *Whatsapp* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Msglowpusat.plg*. sebaiknya *Msglowpusat.plg* terus mempertahankan dan meningkatkan penggunaan media sosial *Whatsapp* untuk mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian.

Keyword: *Media sosial, Whatsapp, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Whatsapp Business social media on purchasing decisions at MsglowPusat.plg. Msglowpusat.plg is an online business engaged in the sale of Msglow skincare. This study uses a quantitative approach. Collecting data using literature, interviews, and questionnaires. In this study, the population was all customers on Msglowpusat.plg on Whatsapp, totaling 196 people. The number of samples that the authors specify is equal to 66 people. The results of the study show that the correlation value between Whatsapp Business social media variables and purchasing decisions is strong. The coefficient of determination test also shows that Whatsapp social media has an effect on purchasing decisions. The results of this study indicate that Whatsapp social media has a positive and significant influence on purchasing decisions at Msglowpusat.plg. Msglowpusat.plg should continue to maintain and increase the use of Whatsapp social media to influence customers to make purchases.

Keywords: Social media, Whatsapp, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Tujuan Penelitian	6
1.4.2 Manfaat Penelitian	6
1.5 Metode Penelitian	7
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	7
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data	8
1.5.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	9
1.5.5 Analisis Data	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	13
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran	13

2.2 Promosi	14
2.2.1 Pengertian Promosi	14
2.2.2 Tujuan Promosi	15
2.2.3 Bauran Promosi.....	15
2.3 Pengertian Pemasaran Media Sosial	17
2.4 Pengertian <i>Whatsapp Business</i>	20
2.5 Indikator Media Sosial	22
2.6 Keputusan Pembelian.....	23
2.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	23
2.6.2 Proses Keputusan Pembelian	24
2.6.3 Indikator Keputusan Pembelian	26
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	28
1.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	29
1.2.1 Struktur Organisasi	29
1.2.2 Pembagian Tugas.....	30
1.3 Daftar dan Contoh Produk yang ditawarkan oleh Msglowpusat.plg	31
3.3.1 Daftar Produk.....	31
3.3.2 Contoh Produk	33
1.4 Deskripsi Karakteristik Responden	35
1.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Media Sosial <i>Whatsapp Business</i>	36
1.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Uji Instrumen.....	42
4.1.1 Uji Validitas	42
4.1.2 Uji Reliabilitas	45
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	45
4.2.2 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	47
4.2.3 Analisis Regresi Sederhana	47
4.3 Pengaruh Media Sosial <i>Whatsapp Business</i> Terhadap Keputusan Pembelian pada Msglowpusat.plg	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pendapatan Penjualan Pada Msglowpusat.plg menggunakan Whatsapp Business	4
Tabel 1.2 Skala Likert	12
Tabel 3.1 Nama dan harga produk yang ditawarkan oleh Msglowpusat.plg	33
Tabel 3.2 Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 3.3 Sebaran Responden Berdasarkan Usia	35
Tabel 3.4 Sebaran Responden Berdasarkan Berapa kali pembelian	36
Tabel 3.5 Skor jawaban responden terhadap variabel media sosial Whatsapp	36
Tabel 3.6 Skor jawaban responden terhadap variabel keputusan pembelian	39
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Media Sosial Sosial Whatsapp	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas	45
Tabel 4.4 Interpretasi Koefisiensi Korelasi	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Parsial (Uji t)	47
Tabel 4.7 Hasil Analisa Regresi Linear Sederhana	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pengguna Internet diindonesia tahun 2023	2
Gambar 1.2 Media Sosial yang paling sering digunakan diindonesia	3
Gambar 3.1 Logo Msglow	28
Gambar 3.2 Struktur Organisasi	30
Gambar 3.3 Contoh Produk Skincare Msglow	33
Gambar 3.4 Contoh Masker Face Peel Scrub	34

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Balasan Perusahaan
- Lampiran 3 Lembar Kesepakatan Bimbingan
- Lampiran 4 Lembar Bimbingan
- Lampiran 5 Tanda Persetujuan Laporan Akhir
- Lampiran 6 Lembar Revisi Laporan akhir
- Lampiran 7 Lembar Kunjungan Mahasiswa ke Perusahaan
- Lampiran 8 Wawancara