

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *WHATSAPP* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TOKO MABRUK PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Disusun untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**DANIL ILYASA
NPM 061730601146**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**

2020

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *WHATSAPP* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TOKO MABRUK PALEMBANG**



**Disusun untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**DANIL ILYASA
NPM 061730601146**

Menyetujui,

**Palembang, Agustus 2020
Pembimbing II**

Pembimbing I

**Yusnizal Firdaus, S.E., MM.
NIP 196310221988031001**

**Dra. Yusleli Herawati, MM
NIP 196005071988112001**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis**

**Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139

Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Danil Ilyasa
NIM : 061730601146
Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis / Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Media Sosial *WhatsApp* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Mabruk Palembang

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 saya plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

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

Palembang, Juli 2020
Yang membuat pernyataan,



Danil Ilyasa
NPM 061730601154

LEMBAR PENGESAHAN


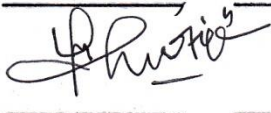
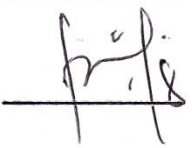
Nama Mahasiswa : Danil Ilyasa
NIM : 061730601146
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Media Sosial *WhatsApp* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Mabruk Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan LULUS

Pada hari:

Tanggal:

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M. Hum Res. M</u> Ketua		1/9 2020
2.	<u>Dra. Yusleli Herawati, M.M</u> Anggota		1/9 2020
3.	<u>Fetty Mareta, S.E., M.M</u> Anggota		4/9 2020

Motto:

“try, try, try and success.” (Danil Ilyasa)

Kupersembahkan untuk:

- *Kedua Orang Tuaku*
- *Saudara-saudaraku*
- *Dosen dan Staff*

Jurusan Administrasi Bisnis

- *Teman Seperjuangan*
- *Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhannahu Wa Ta'ala Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan judul “Pengaruh media sosial *WhatsApp* terhadap keputusan pembelian pada Toko Mabruk Palembang”.

Tujuan penyusunan Laporan Akhir ini untuk mengetahui media sosial *WhatsApp* dalam keputusan pembelian konsumen pada Toko Mabruk Palembang serta untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan diploma III pada Jurusan administrasi Bisnis program studi Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan baik segi penyajian maupun segi pembahasannya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini.

Palembang, Juli 2020

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan akhir ini. Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini untuk memenuhi salah satu syarat kurikulum pada Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.

Kami menyadari bahwa penulisan laporan ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak yang telah banyak membantu. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Bapak Yusnizal Firdaus, S.E., MM. Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan juga saran dalam penyusunan Laporan Akhir.
5. Ibu Dra. Yusleli Herawati, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan juga saran dalam penyusunan Laporan Akhir.
6. Toko Mabruk Palembang yang telah bersedia mengizinkan saya melakukan penelitian.
7. Karyawan Toko Mabruk Palembang yang telah memberi informasi mengenai Toko.
8. Teman-teman di kelas 6 NF Administrasi Bisnis yang sudah berjuang bersama-sama dari awal hingga akhir.
9. Semua pihak yang telah membantu dan mendoakan saya, terima kasih atas semua bantuan kalian walaupun tidak dapat disebutkan satu persatu.

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, Juli 2020

Penulis

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL *WHATSAPP* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO MABRUK PALEMBANG

**Oleh :
Danil Ilyasa**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial *WhatsApp* terhadap keputusan pembelian pada Toko Mabruk Palembang. Toko Mabruk merupakan suatu usaha grosir yang bergerak dibidang penjualan pakaian anak-anak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan studi pustaka, wawancara, dan kuesioner. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh anggota grup *WhatsApp* Toko Mabruk Palembang yang beranggotakan sebanyak 196 orang. Jumlah sampel yang penulis tetntukan yaitu sebanyak 66 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai korelasi antara variabel media sosial *WhatsApp* dan keputusan pembelian sangat kuat yaitu sebesar 0,753. Uji koefisien determinasi juga menunjukkan bahwa media sosial *WhatsApp* berpengaruh sebesar 0,567 satuan atau sebesar 56,7 persen terhadap keputusan pembelian sedangkan 43,3 persen dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial *WhatsApp* (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Mabruk Palembang (Y). Sebaiknya Toko Mabruk Palembang terus mempertahankan dan meningkatkan penggunaan media sosial *WhatsApp* untuk mempengaruhi pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian.

Keyword : *Media Sosial WhatsApp, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

The EFFECT of *WHATSAPP* Social MEDIA ON purchasing decision on MABRUK shop PALEMBANG

**By:
Danil Ilyasa**

This research aims to determine the effect of *WhatsApp* social media against purchasing decisions on the Mabruk shop Palembang. Mabruk Shop is a wholesale business that engaged in the sale of apparel children. This research uses a quantitative approach. Data collection using library studies, interviews, and questionnaires. In this study, the population is a member of the *WhatsApp* Group Mabruk Shop of Palembang, consisting of 196 people. The number of samples that the author has as much as 66 people. The results showed that the correlation value between *WhatsApp* social media variables and the purchasing decision was strong at 0.753. The coefficient of determination test also shows that *WhatsApp* social media has an effect of 0.567 units or 56.7 percent of the purchase decision whereas 43.3 percent is influenced by other factors. The results of this study showed that the social media *WhatsApp* (X) had a positive and significant influence affecting purchasing decisions in the Palembang Mabruk Shop (Y). We recommend that Mabruk store Palembang continues to maintain and improve the use of *WhatsApp* social media to influence customers to make purchase decisions.

Keyword: *WhatsApp Social Media, purchase decision*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	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 Pemilihan Judul	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan	4
1.4.1 Tujuan	4
1.4.2 Manfaat	5
1.5 Metodologi Penelitian	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	6
1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	7
1.5.5 Analisis Data	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Pengertian Bauran Pemasaran	13
2.2 Promosi	14
2.2.1 Pengertian Promosi	14
2.2.2 Tujuan Promosi	14
2.2.3 Bauran Promosi	16
2.3 Pengertian Pemasaran Media Sosial	18
2.4 Pengertian WhatsApp	21
2.5 Keputusan Pembelian	22
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian	22
2.2.2 Proses Keputusan Pembelian	23
2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian	24

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	26
Visi dan Misi Perusahaan	27
3.2 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	28
3.2.1 Struktur Organisasi	28
3.2.2 Pembagian Tugas	28
3.3 Daftar dan Contoh Produk yang ditawarkan	29
3.3.1 Daftar Produk	29
3.3.2 Contoh Produk	31
3.4 Deskripsi Karakteristik Responden	32
3.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Media Sosial <i>WhatsApp</i>	35
3.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	38

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Uji Instrumen	42
4.1.1 Uji Validitas	42
4.1.2 Uji Realibilitas	45
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1 Uji Koefisiensi Determinasi	46
4.2.2 Uji t (Uji Parsial)	48
4.2.3 Analisis Regresi Sederhana	49
4.3 Pengaruh Media Sosial <i>WhatsApp</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Mabruk Palembang	51

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
 DAFTAR PUSTAKA	 54
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pendapatan Penjualan Baju pada Toko Mabruk Menggunakan <i>WhatsApp</i>	3
Tabel 1.2 Skala Likert	11
Tabel 3.1 Nama dan Harga Produk yang ditawarkan oleh Toko Mabruk Mabruk Palembang	30
Tabel 3.2 Sebaran Responden Berdasarkan Usia	33
Tabel 3.3 Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 3.4 Sebaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 3.5 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Media Sosial <i>WhatsApp</i>	35
Tabel 3.6 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	38
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial <i>WhatsApp</i> (X)	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Realibilitas	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Koefisien Korelasi	47
Tabel 4.6 Hasil Uji t (Uji Parsial)	48
Tabel 4.7 Hasil Analisa Regresi Linear Sederhana	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Media Sosial yang Paling Sering digunakan di Indonesia	11
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Toko Mabruk Palembang	29
Gambar 3.2 Contoh Baju Kemeja	31
Gambar 3.3 Contoh Baju Muslim	32

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 2 Surat Kesepakatan Bimbingan Pembimbing
- Lampiran 3 Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing
- Lampiran 4 Kartu Kunjungan Mahasiswa ke Perusahaan
- Lampiran 5 Kuesioner
- Lampiran 6 Data Kuesioner
- Lampiran 7 Hasil Perhitungan SPSS
- Lampiran 8 Hasil Wawancara