

**PENGARUH *SOSIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (EWOM)* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI GKINVEST**

SKRIPSI



Nama : FITRIYANI

NIM : 43118110361

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2022

**PENGARUH *SOSIAL MEDIA MARKETING, ELECTRONIC
WORD OF MOUTH (EWOM)* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI GKINVEST**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pasa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana
Jakarta



Nama : FITRIYANI

NIM : 43118110361

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fitriyani

Nim : 43118110361

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Pengaruh *Sosial Media Marketing, electronic Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di GKInvest

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 19 November 2022



Nama : Fitriyani
NIM : 43118110361

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fitriyani
NIM : 43118110361
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Media Marketing , Electronic Word Of Mouth (EWOM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Gkinvest
Tanggal Sidang : 23 November 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



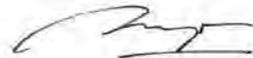
Dr. Catur Widayati, SE.,MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. H. Sommy Indrajaya, MM

LPTA 12221943



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Sosial Media Marketing, electronic Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di GKInvest. Objek penelitian di PT GKInves salah satu perusahaan swasta yang bergerak dalam bidang investasi dan pasar modal. Populasi dalam penelitian ini adalah 300 investor di GKInvest. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 220 orang investor, dihitung berdasarkan rumus Hair et.al (2016) dimana ukuran sampel berpedoman 5 – 10 kali parameter yaitu sebanyak 44 indikator dikalikan 5 (44 x 5). Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuisisioner kemudian di sebarakan kepada masing-masing responden melalui email. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Tahapan-tahapan pengujian antara lain uji outer model, uji inner model dan uji hipotesis. Penelitian ini membuktikan bahwa variabel *Sosial Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di GKInvest.

Kata Kunci: *Sosial Media Marketing, Electronic Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

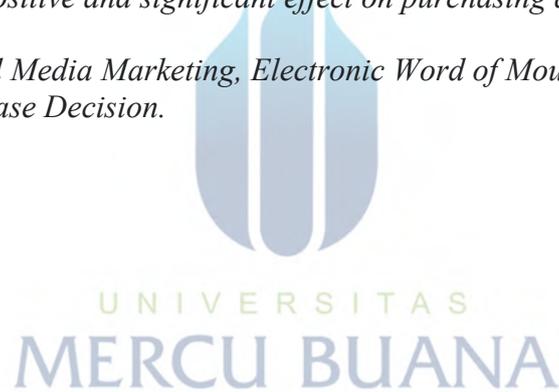


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of social media marketing, electronic word of mouth and service quality on purchasing decisions at GKInvest. The object of research at PT GKInves is a private company engaged in investment and capital markets. The population in this research is 300 investors in GKInvest. The sample distributed was 220 investors, calculated based on the Hair et.al formula (2016) where the sample size is guided by 5 – 10 times the parameter, which is 44 indicators multiplied by 5 (44 x 5). The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire and then distributing it to each respondent via email. Methods of data analysis using Partial Least Square. The stages of testing include outer model testing, inner model testing and hypothesis testing. This study proves that the variable Social Media Marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions, Electronic Word of Mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions and Service Quality has a positive and significant effect on purchasing decisions at GKInvest.

Keywords: Social Media Marketing, Electronic Word of Mouth, Quality of Service, Purchase Decision.



KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan segala hikmat dan berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Sosial Media Marketing, Electronic Word of Mouth(EWOM) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di GKInvest**”. Penulisan skripsi ini adalah syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Dr. Catur Widayati, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana, Jakarta.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya yang telah diberikan kepada kami. Semoga di hadapan Allah menjadi amal jariyah Bapak/Ibu. Amin.
5. Bapak Ali Jaya Selaku Direktur Utama PT. GkInvest
6. Kedua orang tua, Ibu dan Ayah yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa untuk kesuksesan penulis. Serta sahabat yang telah mendukung penulis dari awal pembuatan skripsi sampai akhirnya selesai.
7. Teman-teman kantor yang tak bisa disebutkan satu persatu.
8. Teman-teman seperjuangan program studi manajemen yang tak bisa disebutkan satu persatu.

Jakarta, 19 November 2022



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



FITRIYANI

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian.....	14
BAB II.....	16
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	16
A. Kajian Pustaka	16
1. Manajemen Pemasaran	16
2. Perilaku Konsumen	16
3. Keputusan Pembelian	18
4. <i>Social Media Marketing</i>	20
5. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	23
6. Kualitas Pelayanan	26
7. Penelitian Terdahulu.....	28
B. Pengembangan Hipotesis	30
1. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	30
2. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	31
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	32
C. Kerangka Konseptual	33
D. Hipotesis.....	33
BAB III.....	35
METODOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	35
B. Desain Penelitian	35
C. Definisi Dan Operasional Variabel	35

D.	Skala Pengukuran Variabel.....	37
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
1.	Populasi.....	38
2.	Sampel.....	38
F.	Metode Pengumpulan Data.....	39
G.	Metode Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	45
1.	PT. Global Kapital Investama (GKInvest).....	45
2.	Sejarah Singkat PT. Global Kapital Investama.....	45
3.	Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.	Tugas Perusahaan.....	49
B.	Analisis Deskriptif.....	49
1.	Deskripsi Responden.....	49
2.	Deskriptif Jawaban Responden.....	52
C.	Analisis Data.....	59
1.	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	59
2.	Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	65
D.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		71
A.	Simpulan.....	71
B.	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....		74
LAMPIRAN.....		77