



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT. McDonald's INDONESIA CABANG KELAPA GADING,
JAKARTA UTARA
(STUDI KASUS PADA *SOCIAL MEDIA FACEBOOK*)**

SKRIPSI

STEVEN SANDERS PATTY

1212.1111.313

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TAHUN 2016

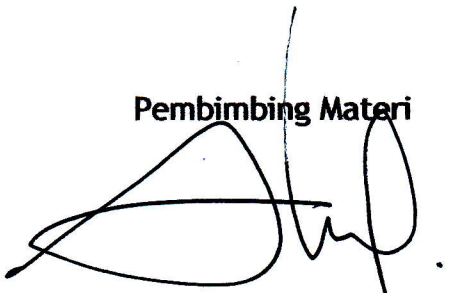
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Steven Sanders Patty
NIM : 1212.1111.313
Jenjang : Strata Satu (S1)
Program Study : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. McDonald's Indonesia Cabang Kelapa Gading, Jakarta Utara
(Studi Kasus Pada *Social Media Facebook*)

Jakarta, Agustus 2016

Pembimbing Materi



(Arifin Nugroho, SE, MM)

Pembimbing Teknis



(Drs. Mahatma Kasim, MM)

Mengetahui,

Puket 1 Bidang Akademik STIE JIC

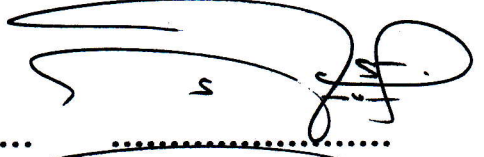
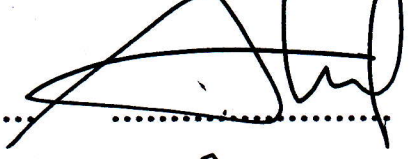


(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU STIE JIC

Ujian skripsi diselenggarakan : 12, Agustus, 2016

TIM PENGUJI

	Nama	Tanda Tangan
Ketua	: Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM	
Anggota	: 1. Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM	
	2. Arifin Nugroho, SE, MM	
	3. Drs. Mahatma Kasim, MM	

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis memberi judul skripsi ini yaitu Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. McDonald's Indonesia cabang Kelapa Gading, Jakarta Utara (Studi Kasus pada *Social Media Facebook*).

Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi di STIE Jakarta International College.

Dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis menyadari selesainya skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, semangat, pengarahan dan bimbingan yang besar dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dengan kerendahan hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Ir. Agus Susanto, MM, Ketua STIE Jakarta International College.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM, Puket I.
3. Bapak Arifin Nugroho, SE, MM, Kajor Manajemen dan sekaligus sebagai Pembimbing Materi yang di tengah kesibukannya masih bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan yang besar dalam penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Drs. Mahatma Kasim, MM, sebagai Pembimbing Teknis yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen, serta seluruh staf STIE Jakarta International College yang sangat membantu selama penulis menjalankan perkuliahan.
6. Bapak Taufik selaku *Store Manager* McDonald's cabang Kelapa Gading, Jakarta Utara yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan memberikan informasi yang penulis butuhkan.
7. Kedua orang tua (Ibu Fatria dan Bapak Stevanus Sinay), Adik M.Syauki, Tante Rizky Amelia serta Alm. Bapak Alex Sander Patty dan seluruh keluarga tercinta yang selalu mendoakan dan memberi dukungan moril maupun materil sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Teman-teman seperjuangan : Alfina, Anah, Luthfiyah, M. Ridwan, Riska Rahmawati, Rohmat Mustaqim, Yudi Gunawan dan Yusuf Jami yang telah memberikan dukungan dan motivasi.
9. Sahabat yang luar biasa : Esty Marlioni, Septi Rahayu, Luftia Puti Saras Asih, Rosalita, Topan Surya, Hasbi Abdillah, Lila Amalia, Sofi Ananda, Siti Rohmah, Iknesya Rahma Finanda, Nurrohmah, Norika, Muthia Umi Kulsum, Rangga Dyanto dan Aldy Kusuma Ramdani yang telah memberikan semangat dan membantu selama pembuatan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dengan memberikan motivasi, doa dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan, sehingga sumbangan pikiran, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna sebagai pembelajaran berharga bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Agustus 2016

Steven Sanders Patty

ABSTRAKSI

Steven Sanders Patty,12121111313, *Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. McDonald's Indonesia cabang Kelapa Gading, Jakarta Utara (Studi Kasus pada Social Media Facebook)*, 79 halaman, 13 tabel, dan 7 gambar, Jakarta, 2016.

Penelitian ini membahas masalah pengaruh *social media marketing Facebook* dengan keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan, dan besarnya pengaruh *social media marketing Facebook* dengan keputusan pembelian pada PT. McDonald's Indonesia cabang Kelapa Gading, Jakarta Utara.

Penelitian dilakukan pada PT. McDonald's Indonesia cabang Kelapa Gading, Jakarta Utara. Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Mei s/d Juli 2016. Metode penelitian melalui metode kepustakaan dengan mempelajari bahan-bahan tertulis berupa buku-buku, dokumen, internet dan jurnal yang digunakan sebagai landasan teori dan metode lapangan yaitu mengumpulkan informasi dan data yang aktual dari objek penelitian melalui observasi atau wawancara serta riset langsung terhadap konsumen dengan menyebar kuesioner kepada konsumen. Setelah data terkumpul, maka dilakukan analisis kuantitatif dengan menggunakan spss versi 23 yaitu persamaan garis regresi : $\hat{Y} = 17,343 + 0,591x$. Hasil koefisien korelasi (r) = 0,607 yang berarti menunjukkan hubungan positif dan kuat antara *social media marketing Facebook* dengan keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi = 36,8% yang berarti sebesar 36,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh *social media marketing Facebook*, sedang sisanya sebesar 63,2% diperkirakan dipengaruhi oleh faktor - faktor lain seperti iklan media cetak (koran) dan elektronik (televisi), sarana dan prasarana, kualitas produk, tempat yang strategis, dan selera. Dengan menggunakan uji T, maka diperoleh t_{hitung} sebesar 7,556 dan berdasarkan tabel T diperoleh nilai dari t_{tabel} sebesar 1,98447, sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara *social media marketing Facebook* dengan keputusan pembelian.

Daftar acuan: 22 buku (2005-2016), 9 jurnal, 1 skripsi, 6 sumber internet, pembimbing : Arifin Nugroho, Mahatma Kasim.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	4
C. Perumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
 BAB II KAJIAN TEORITIS, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis	8
1. <i>Social Media Marketing Facebook</i>	12
2. Keputusan Pembelian	20
B. Kerangka Berfikir	30
C. Hipotesis	31
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	32
B. Metode Penelitian	32
C. Definisi Operasional	33
D. Populasi dan Sampel	33
E. Instrumen Penelitian.....	34
F. Teknik Pengumpulan Data.....	35
G. Teknik Analisis Data.....	36
 BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	42
B. Struktur Organisasi Perusahaan	47
C. Kegiatan Usaha Perusahaan.....	50
D. Gambaran Keberhasilan dan Kendala Perusahaan	55

Bab V HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	57
B. Pengolahan Data.....	60
C. Pengujian Hipotesis	66
D. Pembahasan Hasil Penelitian	73

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	75
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA	77
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Lima Kategori Media Sosial	13
Tabel 2 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	38
Tabel 3 Tabulasi Variabel X	58
Tabel 4 Tabulasi Variabel Y	59
Tabel 5 Jenis Kelamin.....	60
Tabel 6 Status Responden	61
Tabel 7 Umur Responden	61
Tabel 8 Pendidikan Terakhir Responden	62
Tabel 9 Pekerjaan Responden	62
Tabel 10 Distribusi Frekuensi	63
Tabel 11 Hasil Regresi	68
Tabel 12 Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	70
Tabel 13 Hasil Uji t_{hitung}	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Data Pengguna <i>Social Media</i>	2
Gambar 2 Model Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 3 Kerangka Berfikir.....	30
Gambar 4 Logo Perusahaan	46
Gambar 5 Struktur Organisasi Perusahaan	47
Gambar 6 Grafik Regresi linear	69
Gambar 7 Uji T.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data *Social Media Marketing Facebook*

Lampiran 3. Tabulasi Data Keputusan Pembelian

Lampiran 4. Tabel T

Lampiran 5. Surat Keterangan Riset

Lampiran 6. *Social Media Facebook McDonald's Indonesia*

Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup