

**PENGARUH PUBLISITAS DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI *COFFEE SHOP* NGOPIJO**

SKRIPSI

AURELLIA AMBROSITA MONICA LEATEMIA

17071012



PROGRAM STUDI HOSPITALITY DAN PARIWISATA

FAKULTAS PARIWISATA

UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE MANADO

2021

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH PUBLISITAS DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DI
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI *COFFEE SHOP* NGOPIJO

Aurellia Ambrosita Monica Leatemia

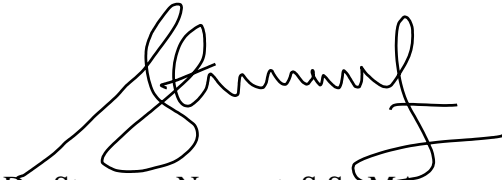
17071012

Telah diujikan di depan komisi penguji

Pada tanggal 15 Juli 2020

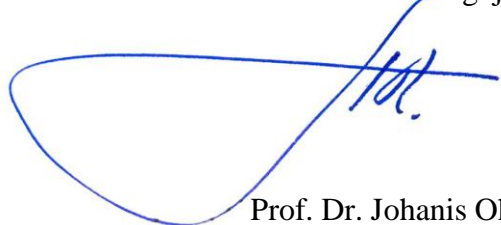
Komisi Penguji,

Pembimbing




Dr. Stevanus Ngenget, S.S., MA.


Penguji



Prof. Dr. Johanis Ohoi



Jelly A. Walansendow, S.E., S.ST. Par., M.Si



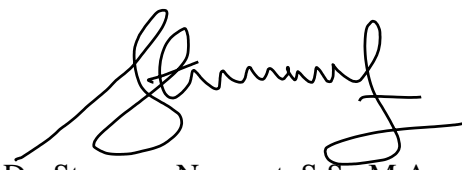
Roosalina H. Lucia, S.E., M.M.

Skripsi ini telah diterima sebagai sebagian persyaratan

Untuk meraih gelar Sarjana

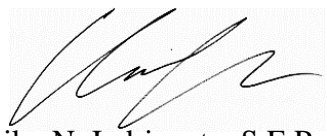
Mengetahui,

Dekan Fakultas Pariwisata



Dr. Stevanus Ngenget, S.S., M.A.

Ketua Program Studi Hospitality dan
Pariwisata



Machiko N. Indriyanto, S.E.Par, M.Par.

ABSTRACT

The Effect of Publicity and Electronic Word of Mouth on Instagram Social Media on Purchase Decisions to Coffee Shop Ngopijo

Aurellia Ambrosita Monica Leatemia

De La Salle Catholic University

Manado, 2021

Tourism is a service and service industry. Tourism has a wide range of service businesses ranging from natural or cultural tourist destinations, hotels, restaurants, travel, rentals and many more. The development of tourism is also assisted by promotional factors, especially with the development of increasingly advanced technology, internet users are also getting used to marketing a product or place. Marketing strategies with promotions via the internet, especially on social media, can increase sales at a cost that is not too expensive, such as Instagram. Instagram is a social media application that is used to take and share photos and videos to social networking services. Ngopijo is one of the coffee shops in Manado City that uses Instagram as a form of promotion. The promotion method with publicity and electronic word of mouth from Ngopijo has never been measured before so it must be analyzed to determine the effect. The distribution of questionnaires was carried out directly as a form of data collection method with a sample of 30 people and using simple random sampling technique. Respondent data was processed with SPSS software. The results showed that the publicity variable (X1) had an influence of 24% on purchasing decisions (Y) while the variable and electronic word of mouth (X2) had no influence on purchasing decisions (Y).

Keywords: Publicity, Electronic Word of Mouth and Visitor Decision

ABSTRAK

Pengaruh Publisitas dan *Electronic Word of Mouth* di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian di *Coffee Shop* Ngopiyo

Aurellia Ambrosita Monica Leatemia

Universitas Katolik De La Salle

Manado, 2021

Pariwisata merupakan sebuah industri pelayanan dan jasa. Pariwisata memiliki cakupan usaha jasa yang cukup luas mulai dari destinasi wisata alam atau budaya, hotel, restoran, travel, rental dan masih banyak lagi. Perkembangan pariwisata juga dibantu oleh faktor promosi apalagi dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, pengguna internet pun sudah mulai terbiasa dengan pemasaran suatu produk atau tempat. Strategi pemasaran dengan promosi lewat internet terkhususnya di sosial media dapat meningkatkan penjualan dengan biaya yang tidak terlalu mahal misalnya seperti Instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi media sosial yang digunakan untuk mengambil serta membagikan berbagai foto dan video ke layanan jejaring sosial. Ngopiyo merupakan salah satu *coffee shop* di Kota Manado yang menggunakan instagram sebagai bentuk promosi. Metode Promosi dengan Publisitas dan *electronic word of mouth* dari Ngopiyo belum pernah diukur sebelumnya sehingga harus dianalisis untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung sebagai bentuk metode pengumpulan data dengan sampel sebanyak 30 orang dan menggunakan teknik *simple random sampling*. Data responden diolah dengan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel publisitas (X1) memberikan pengaruh sebesar 67,4% terhadap keputusan pembelian (Y) sedangkan variabel dan *electronic word of mouth* (X2) tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian(Y).

Kata Kunci: Publisitas, *Electronic Word of Mouth* dan Keputusan Pengunjung

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa sebab atas rahmat dan karunia-Nyalah yang senantiasa membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Pengaruh Publisitas dan *Electronic Word of Mouth* di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian di *Coffee Shop Ngopiyo***” yang telah ditetapkan sebagai salah satu syarat agar bisa menyelesaikan Program Sarjana (S1) dalam Program Sarjana Fakultas Pariwisata Jurusan Hospitality dan Pariwisata Universitas Katolik De La Salle Manado.

Dalam proses penyusunan penulis menghadapi hambatan serta rintangan, namun dapat diselesaikan dengan baik dalam waktu yang ditetapkan. Hal ini tentu saja berkat dukungan serta bimbingan dari orang-orang terdekat dan juga dosen-dosen. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima.kasih kepada:

Prof. Dr. Johanis Ohoitumur, MSC., selaku Rektor Universitas Katolik De La Salle Manado serta dosen penguji 1 dalam ujian skripsi 15 Juni 2021.

Dr. Stevanus Ngenget, M.A., selaku Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Katolik De La Salle Manado dan dosen pembimbing I.

Machiko N. Indriyanto, S.E.Par., M.Par., selaku Ketua Program Studi Fakultas Pariwisata Universitas Katolik De La Salle Manado.

Jelly A. Walansendow, S.E., S.ST. Par., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II serta dosen pembimbing Akademik.

Roosalina H. Lucia, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji II dalam ujian skripsi 15 Juni 2021

Semua Dosen serta Staf Fakultas Pariwisata yang telah membantu dengan memberikan pengetahuan-pengetahuan yang sangat bermanfaat dan bantuan kepada penulis selama masa perkuliahan.

Orang-orang yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk menjadi responden dalam penelitian dan mengisi kuesioner penelitian.

Orang Tua beserta keluarga-keluarga dekat yang telah memberikan doa dan dukungan selama proses pembuatan Skripsi.

Teman-teman angkatan 2017 Fakultas Pariwisata yang juga telah memberikan dukungan serta bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran ataupun kritik yang dapat membangun dari berbagai pihak agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi. sekian dan terimakasih.

Manado, Juni 2020

Penulis

Aurellia Ambrosita Monica Leatemia

LEMBAR PERNYATAAN

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERNYATAAN	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
1 BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat penelitian	Error! Bookmark not defined.
2 BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Gambaran Umum	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Teoritis	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 <i>Electronic word of mouth</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Publisitas	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Media Sosial Instagram.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Perilaku konsumen dan keputusan pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.5 Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.

3	BAB III	Error! Bookmark not defined.
	METODOLOGI PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1	Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Populasi	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5	Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6	Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.3	Analisis korelasi	Error! Bookmark not defined.
3.6.4	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.5	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4	BAB IV	Error! Bookmark not defined.
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
4.1	Pengujian Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Analisis Deskripsi	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Hasil Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
4.2	Analisis Korelasi	Error! Bookmark not defined.
4.3	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Uji Normalitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Uji T	Error! Bookmark not defined.
4.4.3	Uji F	Error! Bookmark not defined.
4.4.4	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	Error! Bookmark not defined.

4.5	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	Pengaruh Publisitas Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.5.2	Pengaruh EWOM Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
4.5.3	Pengaruh Publisitas dan EWOM Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
5	BAB V	Error! Bookmark not defined.
	KESIMPULAN DAN SARAN.....	Error! Bookmark not defined.
5.1	KESIMPULAN	Error! Bookmark not defined.
5.2	SARAN	Error! Bookmark not defined.
6	DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
	LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Proporsi Jawaban Responden Terhadap Indikator dari Variabel X1	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Proporsi Jawaban Responden Terhadap Indikator dari Variabel X2	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Proporsi Jawaban Responden Terhadap Indikator dari Variabel Y	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Uji Validitas Publisitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Uji Validitas EWOM	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Uji Validitas Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Publisitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas EWOM.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Analisis Korelasi	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13 Uji Normalitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14 Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15 Tabel Coefficients ^a Variabel X1, X2 dengan Y	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 16 Tabel Uji T	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 17 Uji F	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 18 Model Summary Uji Koefisien Determinasi (R ²)	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Gambar café Ngopijo	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 2 Daftar Menu Minuman.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 3 Publikasi Event di Ngopijo	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran.....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. 1 Grafik Pengguna Media Sosial Instagram di Indonesia Tahun 2020
.....**Error! Bookmark not defined.**

