

**ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN
(PRODUK PASTA GIGI HIMALAYA HERBALS MANADO)**

SKRIPSI

LIONGNARDY FEBRIVALEN SALAWAT

17042027



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE
MANADO
2021**

HALAMAN JUDUL

**ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN
(PRODUK PASTA GIGI HIMALAYA HERBALS MANADO)**

SKRIPSI

LIONGNARDY FEBRIVALEN SALAWAT

17042027

Diajukan sebagai syarat dalam pembimbingan Skripsi pada

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik De La Salle

Manado

LEMBAR PENGESAHAN
ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN
(PRODUK PASTA GIGI HIMALAYA HERBALS MANADO)

LIONGNARDY FEBRIVALEN SALAWAT

17042027

Telah memenuhi persyaratan untuk diujikan

Pembimbing I



Dr. Ivonne Angelic Umboh, SE., MSi

Pembimbing II



Rafael H.Y Sengkey, S.S., M.Pd

Manado, 27 Juli 2021

Fakultas Ekonomi

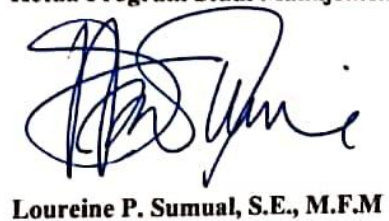
Universitas Katolik De La Salle Manado

Dekan Fakultas Ekonomi



Octavianus M.F. Muaja, S.E., M.M

Ketua Program Studi Manajemen



Loureine P. Sumual, S.E., M.F.M

LEMBAR LEGALISIR
ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN
(PRODUK PASTA GIGI HIMALAYA HERBALS MANADO)
LIONGNARDY FEBRIVALEN SALAWAT

17042027

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan dewan penguji

Pada 27 Juli 2021

Pembimbing

Dr. Ivonne Angelic Umbah, SE., MSi

Rafael H. Y. Sengkey, S.S., M.Pd

Penguji

Teddy Y. Tandaju, S.E., MBA(Adv)

Merry Jeanned' Arc Korompis, S.E., M.M.

Skripsi ini telah diterima sebagai pemenuhan

untuk mendapatkan Gelar Sarjana

Pada 27 Juli 2021


Disetujui oleh



Dekan Fakultas Ekonomi

Octavianus M. T. Muaja S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen



Loureine P. Sumual, S.E., M.F.M.

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen Promosi Media Sosial (X1), Ketersediaan Produk (X2) dan Kepercayaan Merek (X3) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) pada produk Pasta Gigi Himalaya Herbals Manado. Data dalam penelitian ini didapatkan dari hasil wawancara yang dilakukan kepada distributor Himalaya Herbals di Manado. Dan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna pasta gigi Himalaya Herbals Manado, sedangkan yang menjadi sampel adalah 100 orang yang pernah menggunakan produk pasta gigi Himalaya Herbals di Manado. Penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Bergandam, Uji t, dan Uji F. Hasil dalam penelitian ini adalah Promosi Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Ketersediaan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan secara simultan, Promosi Media Sosial, Ketersediaan Produk dan Kepercayaan Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Pasta Gigi Himalaya Herbals Manado. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y adalah sebesar 66,7% sisanya 33,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak atau belum dibahas dalam penelitian ini. Yang menjadi dosen pembimbing dalam penelitian ini yaitu Dr. Ivonne Angelic Umboh, SE., MSi dan Bapak Rafael H.Y Sengkey, S.S., M.Pd

Keywords: Promosi Media Sosial, Ketersediaan Produk, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Independent Social Media Promotion (X1), Product Availability (X2) and Brand Trust (X3) variables on Purchase Decision Dependence (Y) on Himalaya Herbals Manado Toothpaste. The data in this study were obtained from interviews conducted with Himalaya Herbals distributors in Manado. And the population in this study were Himalaya Herbals Manado toothpaste users, while the sample was 100 people who had used Himalaya Herbals toothpaste in Manado. This study uses the Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test, t test, and F test. The results in this study are Social Media Promotion has a positive and significant effect on Purchase Decisions, and significantly on Purchase Decisions, and Brand Trust has a positive and significant effect on Decisions Purchase. Simultaneously, Social Media Promotion, Product Availability and Brand Trust have a positive and significant impact on the Purchase Decision of Himalaya Herbals Manado Toothpaste Products. Based on the results of the research conducted, it is known that the effect of the variables X1, X2, and X3 on the Y variable is 66.7%, the remaining 33.3% is explained by other variables that are not or have not been discussed in this study. The supervisor in this research is Dr. Ivonne Angelic Umboh, SE., MSi and Mr. Rafael H.Y Sengkey, S.S., M.Pd

Keywords: Social Media Promotion, Product Availability, Brand Trust, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas tuntunan dan penyertaannya yang begitu besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Katolik De La Salle Manado.

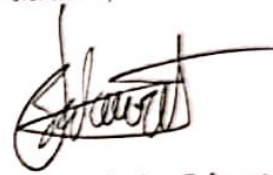
Dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini. Tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada mereka yang memberikan semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini. Maka dari itu dengan hati yang penuh syukur, penulis ingin berterima kasih kepada:

1. Tuhan yang senantiasa membimbing dan menyertai penulis dalam melaksanakan kerja praktek dan dalam Menyusun Skripsi ini.
2. Keluarga tercinta: Ibu dan Ayah, adik, dan saudara-saudara lainnya.
3. Bapak Prof. Dr. Johanis Ohoitumur, MSC selaku Rektor Universitas Katolik De La Salle Manado.
4. Bapak Octavianus M. T Muaja S. E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik De La Salle Manado.
5. Bapak Christoforus Adrie Piter Koleangan, S.E., M.M. CSCA selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik De La Salle Manado
6. Ibu Loureine Sumual, S.E., M.F.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik De La Salle Manado
7. Bapak Apolinaris Abdon Montolalu S.S., M.S. selaku Dosen Pembimbing Akademik

8. Dr. Ivonne Angelic Umboh, SE., Msi sebagai Dosen Penguji I yang selalu membimbing dan memberikan banyak masukan dalam menyelesaikan skripsi
9. Bapak Rafael H.Y Sengkey, S.S., M.Pd sebagai Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan masukan dalam menyelesaikan skripsi
10. Bapak Teddy Y. Tandaju, S.E., MBA(Adv) sebagai Dosen Penguji II yang telah memberikan arahan dalam penyelesaian revisi skripsi
11. Ibu Merry Jeanned'Arc Korompis, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji III yang telah memberikan arahan dalam penyelesaian revisi skripsi
12. Seluruh Dosen dan Staf di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik De La Salle Manado atas semua ilmu dan motivasi yang diberikan.
13. Kepada Ibu Linda Nangoi sebagai narasumber yang telah membantu dalam pengumpulan data selama proses penyusunan skripsi
14. Kepada Bella B. Rustam yang selalu memberikan semangat dan membantu dalam proses pembuatan skripsi
15. Kepada Bengky A. Sembung yang selalu membantu dan bertukar pendapat dalam proses penyusunan skripsi
16. Kepada teman-teman terdekat Ewo, Bengs, Bri, Srikandi, Ekapus, Ge yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi
17. Kepada teman-teman Checksound, Bengky, Arnetta, Olan, Vincent, Jana, Melinda, Fide, Gebi yang telah mendukung dan menemani dalam Menyusun Skripsi ini.
18. Kepada teman-teman Halu Squad Glen, Bengky, Brian, Cia, Vita, Kevin, Miguel, Koko Ge, Jeni, Bella, Aurelio, Ryan, Zap yang selalu memberikan semangat

19. Kepada teman-teman angkatan 2017 yang sudah berjuang bersama selama masa kuliah

Manado, 27 Juli 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Liognardy Febrivalen Salawat', with a long horizontal stroke extending to the right.

Liognardy Febrivalen Salawat

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI
ANALISA KEPUTUSAN PEMBELIAN

(PRODUK PASTA GIGI HIMALAYA HERBALS MANADO)

Saya yang menandatangani pernyataan ini menyatakan bahwa skripsi ini:

Benar-benar karya asli saya. Dalam skripsi ini, tidak terdapat sebagian atau keseluruhan orang lain, tulisan dan pendapat yang saya akui sebagai tulisan saya. Ketika saya menggunakan tulisan dan pendapat orang lain dengan mengutip secara implisit dan eksplisit, saya telah mengenali dan menunjukkan sumber asalnya. Jika skripsi yang saya tulis ini terbukti sebagai plagiarisme, saya akan menanggung segala konsekuensi yang diberikan kepada saya, termasuk pencabutan gelar dan sertifikat.

Manado, 27 Juli 2021



Liongardy Febrivalen Salawat

Dr. Ivonne Angelic Umboh, SE., Msi

Penguji 1, sebagai pembimbing dan anggota dewan penguji.

Teddy Y. Tandaju, S.E., MBA(Adv)

Penguji 2, sebagai pembimbing dan anggota dewan penguji.

Merry Jeanned'Arc Korompis, S.E., M.M.

Penguji 3, sebagai pembimbing dan anggota dewan penguji.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Perumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Pertanyaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.6 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.6.1 Manfaat Teoretis	Error! Bookmark not defined.
1.6.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
BAB II TELAAH PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Pendahuluan	Error! Bookmark not defined.
2.2 Definisi Dasar	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Produk.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Distribusi.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.6 Ketersediaan Produk	Error! Bookmark not defined.
2.2.7 Indikator Ketersediaan Produk	Error! Bookmark not defined.
2.2.8 Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.2.9 Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.2.10 Fungsi Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.11 Jenis-jenis Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.2.12 Promosi Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.2.13 Indikator Promosi Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.2.14 Kepercayaan Merek	Error! Bookmark not defined.

2.2.15 Indikator Kepercayaan Merek	Error! Bookmark not defined.
2.2.16 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.2.17 Indikator Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.18 Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian ..	Error! Bookmark not defined.
2.2.19 Tahapan Pengambilan Keputusan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
2.5 Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Daerah dan Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ...	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Jenis Data Yang Digunakan dan Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Jenis Data Yang Digunakan	Error! Bookmark not defined.
3.4.2 Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.5.1 Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2 Kuesioner	Error! Bookmark not defined.
3.5.3 Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
3.6 Uji Validitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.8 Metode Pengumpulan Data Kuesioner....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1 Skala Pengukuran Data	Error! Bookmark not defined.
3.9 Definisi Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.9.1 Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
3.10 Classical Assumption Test	Error! Bookmark not defined.
3.10.1 Normality Test	Error! Bookmark not defined.

3.10.2	Multicollinearity Test.....	Error! Bookmark not defined.
3.10.3	Heteroscedasticity Test	Error! Bookmark not defined.
3.11	Analysis of Multiple Linear Regression..	Error! Bookmark not defined.
3.12	Hypothesis Test	Error! Bookmark not defined.
3.12.1	T-Test (Partial Test)	Error! Bookmark not defined.
3.12.2	F-Test (Simultaneous Test)	Error! Bookmark not defined.
3.13	Data Analysis Method	Error! Bookmark not defined.
3.13.1	Multiple coefficient determination (r^2)	Error! Bookmark not defined.
3.13.2	Multiple Coefficient Corelation (r) ..	Error! Bookmark not defined.
BAB IV PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
4.1	Pendahuluan	Error! Bookmark not defined.
4.2	Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Deskripsi Data	Error! Bookmark not defined.
4.3 Proses dan Hasil Analisis		Error! Bookmark not defined.
a.	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
b.	Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
a.	Uji Asumsi Klasik	Error! Bookmark not defined.
b.	Analisis Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.5	Diskusi.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		Error! Bookmark not defined.
5.1	Pendahuluan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Ringkasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.3	Kesimpulan masing-masing Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
5.4	Kesimpulan Masalah Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.5	Implikasi Manajerial.....	Error! Bookmark not defined.
5.6	Implikasi Teoritis	Error! Bookmark not defined.
5.7	Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.8	Agenda Untuk Penelitian Mendatang.....	Error! Bookmark not defined.
Daftar Pustaka		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Sebelumnya.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2 2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3 3 Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4 1 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4 3 Hasil Uji Multikolinearitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4 4 Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4 5 Hasil Uji Regresi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4 6 Hasil Uji R dan R ²	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4 7 Hasil Uji t.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4 8 Hasil Uji F.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4 9 Hasil Kesimpulan Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 2 Data 25 Negara Pengguna Internet Terbanyak **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 3 Akun Media Sosial Himalaya Herbals Indonesia ..**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 1. 4 Akun Media Sosial Himalaya Herbals Indonesia ..**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 1**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4 1 Uji Normalitas P-Plot.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot **Error! Bookmark not defined.**

