

## **ABSTRACT**

**Habibur R, the effect of promotion through social media and electronic word of mouth on consumer buying interest (Batik Cv. Bintang Abadi). under the guidance of Mrs. Yustina Chrismardani, S.Si., MM**

The purpose of this study was to determine: (1) To determine the effect of promotion through social media on consumer interest in batik Cv Bintang Abadi. (2) to determine the effect of electronic word of mouth on consumer interest in Cv Bintang Abadi. (3) to determine the effect of promotion through social media and electronic word of mouth on the interest of IDX in Batik Cv Bintang Abadi. This research design is a survey research. the population in this study are consumers of batik products Cv Bintang Abadi. The sampling technique in this study used purposive sampling with a total sample of 100 respondents. data in multiple regression analysis using quantitative methods. The results of this study indicate that promotion through social media has no significant effect on consumer buying interest in Cv Bintang Abadi batik and there is a positive and significant effect of electronic word of mouth on consumer buying interest in Cv Bintang Abadi batik. the results of the coefficient of determination test showed that the summary adjusted R square model table was 0.747. this means that the ability of the independent variable in explaining the dependent variable is 74.7%.

**keywords: promotion through social media, electronic word of mouth, buying interest**

## ABSTRAK

**Habibur r, pengaruh promosi melalui sosial media dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli konsumen (batik Cv. Bintang Abadi). dibawah bimbingan ibu Yustina Chrismardani, S.Si., MM**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Untuk mengetahui pengaruh promosi melalui sosial media terhadap minat beli konsumen pada batik cv bintang abadi. (2) untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli konsumen pada Cv Bintang Abadi. (3) untuk mengetahui pengaruh promosi melalui sosial media dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli pada batik Cv Bintang Abadi. desain penelitian ini merupakan penelitian survei. populasi pada penelitian ini adalah konsumen produk batik Cv Bintang Abadi. teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. data di analisis regresi berganda dengan menggunakan metode kuantitatif. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi melalui sosial media tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada batik Cv Bintang Abadi dan terdapat pengaruh positif dan signifikan *electronic word of mouth* terhadap minat beli konsumen batik Cv Bintang Abadi. hasil uji koefisien determinasi diperoleh hasil bahwa pada tabel model summary adjusted R square sebesar 0,747. hal tersebut mengartikan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 74,7%.

**kata kunci : promosi melalui sosial media, *electronic word of mouth*, minat Beli**

## DAFTAR PUSTAKA

|                                                                                        |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL .....                                                                    | i   |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                                                              | ii  |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                                                | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....                                                 | iv  |
| ABSTRACT .....                                                                         | v   |
| ABSTRAK .....                                                                          | vi  |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....                                                             | vii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                                                              | vii |
| HLAMAN MOTTO .....                                                                     | ix  |
| KATA PENGANTAR .....                                                                   | x   |
| DAFTAR ISI.....                                                                        | xii |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                                    | xiv |
| DAFTAR TABEL .....                                                                     | xv  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                                  | xvi |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                                               |     |
| 1.1 Latar Belakang .....                                                               | 1   |
| 1.2 Rumusan masalah.....                                                               | 8   |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                                             | 8   |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                                            | 9   |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>                                                           |     |
| 2.1. Pemasaran.....                                                                    | 10  |
| 2.1.1 Definisi Pemasaran.....                                                          | 10  |
| 2.1.2 Konsep Pemasaran .....                                                           | 11  |
| 2.1.3 Bauran pemasaran .....                                                           | 14  |
| 2.2.Promosi .....                                                                      | 16  |
| 2.2.1. Pengertian Promosi .....                                                        | 16  |
| 2.2.2.Pentingnya Promosi.....                                                          | 16  |
| 2.2.3.Tujuan Promosi.....                                                              | 18  |
| 2.2.4.Sosial Media .....                                                               | 19  |
| 2.2.5.indikator Sosial Media.....                                                      | 20  |
| 2.2.6.Promosi Melalui Media Sosial .....                                               | 21  |
| 2.3. <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....                                             | 21  |
| 2.3.1.Faktor Penentu <i>Electronic Word Of Mouth</i> .....                             | 23  |
| 2.3.2.Indikator E-Wom .....                                                            | 24  |
| 2.4.Perilaku Konsumen .....                                                            | 25  |
| 2.4.1.Manfaat Perilaku Konsumen .....                                                  | 26  |
| 2.5.Minat Beli.....                                                                    | 27  |
| 2.5.2 Indikator Minat Beli .....                                                       | 28  |
| 2.6.Hubungan Antar Variabel .....                                                      | 29  |
| 2.6.1.Hubungan Antara Promosi Melalui Sosial Media Dengan Minat Beli Konsumen .....    | 29  |
| 2.6.2.Hubungan Antara <i>Electronic Word Of Mouth</i> Dengan Minat Beli Konsumen ..... | 30  |
| 2.7.Penelitian Terdahulu.....                                                          | 31  |
| 2.8.Kerangka Berfikir .....                                                            | 38  |

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 2.9.Rumusan Hipotesis ..... | 39 |
|-----------------------------|----|

### **BAB III METODE PENELITIAN**

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| 3.1 Jenis Penelitian .....                             | 40 |
| 3.2 Populasi dan Sampel.....                           | 40 |
| 3.2.1 Populasi.....                                    | 40 |
| 3.2.2 Sampel .....                                     | 40 |
| 3.2.2.1 Teknik Sampling .....                          | 41 |
| 3.2.2.2 Ukuran Sampeling .....                         | 41 |
| 3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional ..... | 42 |
| 3.3.1 Variabel Independen.....                         | 42 |
| 3.3.1.1 Promosi Melalui Sosial Media .....             | 42 |
| 3.3.1.2 Electronic Word Of Mouth .....                 | 42 |
| 3.3.2 Variabel Dependen.....                           | 43 |
| 3.3.2.1 Minat Beli Konsumen .....                      | 43 |
| 3.4 Lokasi Penelitian .....                            | 43 |
| 3.5 Jenis dan Sumber Data .....                        | 43 |
| 3.5.1.Data Primer .....                                | 43 |
| 3.5.2.Data Sekunder .....                              | 44 |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data .....                      | 44 |
| 3.6.1.Wawancara.....                                   | 44 |
| 3.6.2.Kuesioner .....                                  | 44 |
| 3.6.3.Observasi .....                                  | 45 |
| 3.7.Teknik Pengujian Instrumen .....                   | 45 |
| 3.7.1 Uji Validitas .....                              | 45 |
| 3.7.2 Uji Reliabilitas .....                           | 45 |
| 3.8.Uji Asumsi Klasik.....                             | 46 |
| 3.8.1.Uji Normalitas .....                             | 46 |
| 3.8.2.Uji Multikolinieritas .....                      | 46 |
| 3.8.3.Uji heteroskedastisitas .....                    | 47 |
| 3.9.teknik Analisis Data .....                         | 47 |
| 3.9.1.Analisis Regresi linier Berganda .....           | 47 |
| 3.10.Uji Hipotesis .....                               | 48 |
| 3.10.1.Uji T .....                                     | 48 |
| 3.10.2.Uji F.....                                      | 48 |
| 3.11.Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....      | 48 |

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                 | 50 |
| 4.1.1 Profil Batik Cv.Bintang Abadi .....                                | 50 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi Batik Cv.Bintang Abadi .....                   | 53 |
| 4.2 kegiatan batik cv.bintang abadi .....                                | 54 |
| 4.3 proses produksi .....                                                | 54 |
| 4.4 Analisis Deskripsi Responden .....                                   | 59 |
| 4.2.1 Analisis Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis ..... | 60 |
| 4.2.2 Analisis Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....  | 60 |
| 4.5 Tanggapan Responden Atas indicator Penelitian .....                  | 62 |

|                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.4.1 Tanggapan Responden Tentang pengaruh promosi melalui sosial media pada cv.bintang abadi ..... | 62 |
| 4.4.2 Tanggapan Responden tentang <i>Electronic Word Of Mouth</i> Pada batik cv.bintang abadi.....  | 64 |
| 4.4.3 Tanggapan Responden tentang Minat Beli konsumen pada batik cv.bintang abadi .....             | 68 |
| 4.6 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....                                                   | 70 |
| 4.6.1 Uji Validitas .....                                                                           | 70 |
| 4.6.2 Uji Reliabilitas .....                                                                        | 72 |
| 4.7 Uji Asumsi Klasik .....                                                                         | 72 |
| 4.7.1 Uji Normalitas.....                                                                           | 72 |
| 4.7.2 Uji Multikolinieritas.....                                                                    | 74 |
| 4.7.3 Uji Heteroskedastisitas.....                                                                  | 75 |
| 4.8 Teknik Analisis Data .....                                                                      | 76 |
| 4.8.1 Analisis Regresi Liner Berganda .....                                                         | 76 |
| 4.9 Uji Hipotesis .....                                                                             | 78 |
| 4.9.1 Uji t .....                                                                                   | 78 |
| 4.9.2 Uji F .....                                                                                   | 79 |
| 4.10 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....                                                   | 81 |
| 4.11 Pembahasan .....                                                                               | 82 |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>                                                                   |    |
| 5.1 kesimpulan .....                                                                                | 85 |
| 5.2 Saran.....                                                                                      | 86 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                                                                         | 87 |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                                                                               | 89 |

#### DAFTAR GAMBAR

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....                          | 39 |
| Gambar 4.1 Produk Batik Primes .....                        | 51 |
| Gambar 4.2 Produk Batik Sekar Jagad Segi Empat .....        | 51 |
| Gambar 4.3 Struktur Organisasi Batik Cv Bintang Abadi ..... | 53 |
| Gambar 4.4 Proses Produksi Cv.Bintang Abadi .....           | 55 |
| Gambar 4.5 Desain / Motif Batik.....                        | 56 |
| Gambar 4.6 Proses Pematikan.....                            | 57 |
| Gambar 4.7 Proses Pewarnaan.....                            | 58 |
| Gambar 4.8 Proses Pencucian.....                            | 59 |
| Gambar 4.9 Grafik P-Plot Regression.....                    | 73 |
| Gambar 4.10 Grafik Sactterplot .....                        | 75 |

#### DAFTAR TABEL

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                              | 32 |
| Tabel 4.1 Harga Produk Batik Cv.Bintang Abadi .....               | 52 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 60 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....           | 61 |
| Tabel 4.4 Penilaian Responden Terhadap Variabel promosi melalui   |    |

|                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| sosial media .....                                                                    | 62 |
| Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>electronic word of mouth</i> ..... | 65 |
| Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Variabel minat beli konsumen.....              | 68 |
| Tabel 4.7 Uji Validitas .....                                                         | 70 |
| Tabel 4.8 Uji Reliabel .....                                                          | 72 |
| Tabel 4.9 Uji Kolmogrov Smirnov .....                                                 | 73 |
| Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas .....                                                | 74 |
| Tabel 4.11 Regresi linier Berganda .....                                              | 77 |
| Tabel 4.12 Uji t (Parsial) .....                                                      | 78 |
| Tabel 4.13 Anova (Uji F).....                                                         | 80 |
| Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi $R^2$ .....                                      | 81 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                         |     |
|---------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....                    | 89  |
| Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden .....        | 93  |
| Lampiran 3 Karakteristik Responden.....                 | 96  |
| Lampiran 4 Penilaian Responden.....                     | 96  |
| Lampiran 5 Hasil Uji Validas Dan Uji Reliabilitas ..... | 98  |
| Lampiran 6 Teknik Analisis Data .....                   | 101 |
| Lampiran 7 Tabel Ttastistik .....                       | 103 |