

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN RIVIEW
TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI LAZADA
(STUDI KASUS MAHASISWA UTND)**

SKRIPSI

Oleh

**TRIA ARMIDA
1929081032/MNJ**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHEN
MEDAN
2023**

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING DAN RIVIEW
TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI LAZADA
(STUDI KASUS MAHASISWA UTND)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Persyarat Ujian Utuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Universitas Tjut Nyak Dhien**

Oleh

**TRIA ARMIDA
1929081012/MNJ**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHEN
MEDAN
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi

**: PENGARUH SOSIAL MEDIA
MARKETING DAN REVIEW
TERHADAP MINAT BELI PADA
APLIKASI LAZADA (STUDI KASUS
MAHASISWA UTND)**

Nama Mahasiswa

: TRIA ARMIDA

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1929081032

Program Studi

: MANAJEMEN

**Mengetahui
Komisi Pembimbing**



**Mella Yunita, S.E., M.Si.
Dosen Pembimbing I**



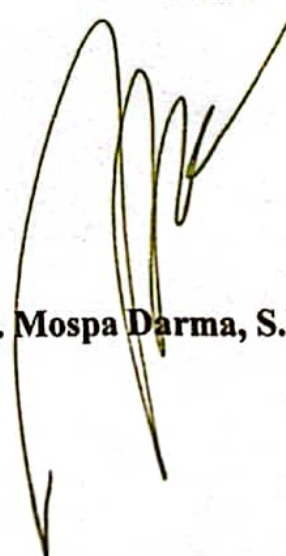
**Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si.
Dosen Pembimbing II**

Ketua Program Studi



Mella Yunita, S.E., M.Si.

Dekan



Dr. Mospa Darma, S.E., S.H., M.Kn.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN MEDAN**

BERITA ACARA UJIAN

**UNTUK MEMPERTAHANKAN SKRIPSI BAGI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TJUT NYAK
DHIEN**

**Panitia Ujian Skripsi Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien
Dalam Sidangnya Yang Diselenggarakan Pada:**

Hari/Tanggal : **Senin / 17 Juli 2023**
Nama Mahasiswa : **Tria Armida**
Nomor Pokok Mahasiswa : **1929081032**
Program Studi : **Manajemen**
Judul Skripsi : **PENGARUH SOSIAL MEDIA
MARKETING DAN REVIEW
TERHADAP MINAT BELI PADA
APLIKASI LAZADA (STUDI KASUS
MAHASISWA UTND)**
Ditetapkan : **(A) Lulus Yudisium**
() Lulus Bersyarat, Memperbaiki Mengulang
Tanggal :
() Tidak Lulus

**Panitia Ujian/Tim Penguji
ketua**


Khamo Waruwu, S.E., M.M.

Anggota



(Mella Yunita, S.E., M.Si.)

Anggota



(Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si.)

PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Tria Armida
NPM : 1929081032
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul, **PENGARUH SOSIAL MEDIA *MARKETING* DAN *REVIEW* TERHADAP MINAT BELI PADA APLIKASI LAZADA (STUDI KASUS MAHASISWA UTND)** adalah skripsi karya ilmiah saya sendiri dan bukan merupakan skripsi plagiat atau milik orang lain, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar dan jelas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila dikemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundangan yang berlaku.

Medan, 17 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Tria Armida

NPM. 1929081032

ABSTRAK

Tria Armida, 1929081032, Pengaruh Sosial Media *Marketing* Dan *Review* Terhadap minat Beli Pada Aplikasi Lazada (Studi Kasus Mahasiswa UTND)’, Universitas Tjut Nyak Dhien, 2023.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Sosial Media *Marketing* Dan *Review* Terhadap minat Beli Pada Aplikasi Lazada (Studi Kasus Mahasiswa UTND). Penelitian ini dilakukan di Universitas Tjut Nyak Dhien Gg. Rasmi No. 28, Sei Sikambang C. II, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatera Utara 20123. dengan sampel 52 mahasiswa, instrumen penelitian adalah angket dengan model skala likert. Metode analisis data menggunakan uji analisis data, regresi linier berganda, asumsi klasik, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian uji *sosial media marketing* dan *Review* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli pada aplikasi Lazada (studi kasus Mahasiswa UTND). *Sosial media marketing* dan *review* berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat beli pada aplikasi Lazada (studi kasus Mahasiswa UTND)

Kata Kunci : *Sosial media marketing, Review, minat*

ABSTRACT

Tria Armida, 1929081032, The Influence of Sosial Media Marketing and Reviews on Buying Interest in the Lazada Application (Case Study of UTND Students)', Tjut Nyak Dhien University, 2023.

The purpose of this study was to determine the effect of sosial media marketing and reviews on buying interest in the Lazada application (Case Study of UTND students). This research was conducted at the University of Tjut Nyak Dhien Gg. Official No. 28, Sei Sikambing C. II, Kec. Medan Helvetia, Medan City, North Sumatra 20123. With a sample of 52 students, the research instrument was a questionnaire with a Likert scale model. Methods of data analysis using data analysis test, multiple linear regression, classical assumptions, hypothesis testing and coefficient of determination test.

Based on the results of the research test, Sosial media marketing and reviews have a positive and significant partial effect on buying interest in the Lazada application (a case study of UTND students).)

Keywords: Sosial media marketing, reviews, interest

Keywords: Communication, Work Discipline, Employee Productivity

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb.

Puji syukur kepada Tuhan atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **Pengaruh Sosial Media *Marketing* Dan *Review* Terhadap minat Beli Pada Aplikasi Lazada (Studi Kasus Mahasiswa UTND)**’ .

Skripsi ini diajukan guna melengkapi sebagian syarat-syarat untuk menyelesaikan pendidikan sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tjut Nyak Dhien Medan Gg. Rasmi No.28, Sei Sikambing C. II, Kec. Medan Helvetia, Kota Medan, Sumatra Utara 20123.

1. Bapak Dr. Irwan Agusnu Putra. SP. M.P selaku Rektor Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.
2. Bapak Dr. Mospa Darma, S.E., S.H., M.Kn selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.
3. Ibu Mella Yunita, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tjut Nyak Dhien Medan dan sekaligus dosen pembimbing 1(satu).
4. Ibu Uswatun Hasanah, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing 2 (dua) yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Khamo Waruwu, S.E, M.Si selaku dosen penguji.
6. Segenap Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tjut Nyak Dhien Medan atas bantuan, didikan, semangat dan

bimbingannya selama ini.

7. Terimakasih kepada kedua orang tua Bapak Suryatno dan Ibu Masihta yang selalu memberikan doa dan dukungan sampai saat ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi dunia pendidikan khususnya masyarakat secara umum. Aamiin

Medan, Mei 2023

Penulis

TRIA ARMIDA
1929081032

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR	
TABEL	iii
.....	
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN	
TEORITIS	9
.....	
A. Minat Beli.....	9
1. Pengertian Minat Beli.....	9
2. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	10
3. Indikator Minat Beli.....	11
B. <i>Sosial Media Marketing</i>	11
1. Pengertian <i>Sosial Media Marketing</i>	12
2. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Sosial Media Marketing</i>	12
3. Indikator <i>Sosial Media Marketing</i>	13
C. <i>Review</i>	13
1. Pengertian <i>Review</i>	14
2. Faktor Yang Mempengaruhi <i>Review</i>	14
3. Indikator <i>Review</i>	15
D. Penelitian Terdahulu	16
E. Kerangka Konseptual.....	17
F. Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
C. Populasi dan Sampel.....	21
D. Definisi Operasional	23

E. Teknik Pengumpulan Data	25
F. Teknik Analisa Data	25
1. Uji Kualitas Data	26
2. Analisis Regresi Berganda	27
3. Pengujian Hipotesis.....	29
4. Asumsi Klasik.....	26
5. Pengujian Determinasi	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Hasil Penelitian.....	32
B. Gambaran Umum Responden	35
C. Hasil Uji Kualitas Data	37
D. Analisis Regresi Berganda	40
E. Pengujian Hipotesis	41
F. Asumsi Klasik	42
G. Pengujian Determinasi	46
H. Pembahasan.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
A. Simpulan	50
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.	Penelitian Terdahulu	18
2.	Definisi Operasional Variabel	24
3.	Distribusi Koesioner.....	36
4.	Jenis Kelamin Responden.....	36
5.	Usia Responden	36
6.	Pekerjaan Responden	36
7.	Uji Validitas Minat Beli	37
8.	Uji Validitas <i>Sosial Media Marketing</i>	37
9.	Uji Validitas <i>Review</i>	37
10.	Uji Reabilitas	39
11.	Analisis Regresi Berganda	40
12.	Hasil Uji T (Uji Parsial)	41
13.	Hasil Uji F (Uji Simultan).	42
14.	<i>Kolmogorof- Smirnov Test</i>	43
15.	Uji Multikolinieritas	42
16.	Koefisien Determinasi.....	6

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
1.	Kerangka Konseptual	19
2.	<i>Scatter Plot</i>	46