PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI DI RAHASIA COFFEE AND SPACE

SKRIPSI

Oleh

PUTRI WULANDARI
2129081046/MNJ

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN
MEDAN
2025

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI DI RAHASIA COFFEE AND SPACE

SKRIPSI

Utuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen
Universitas Tjut Nyak Dien

Oleh

PUTRI WULANDARI
2129081046/MNJ

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN
MEDAN
2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI DI RAHASIA COFFEE AND SPACE
Nama Mahasiswa	: Putri Wulandari
Nomor Pokok Mahasiswa	: 2129081046
Program Studi	: Manajemen

Mengetahui

Komisi Pembimbing

(Amirudin, S.E., M.M., M.Si)	**(Oki Pravogi, S.Pd., M.Mkmt)**
Dosen Pembimbing I	**Dosen Pembimbing II**

Ketua Program Studi	**Dekan**
(Khamo Waruwu, S.E., M.M)	**(Dr. Dahlia Kusuma Dewi, S.H., M.H)**

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN MEDAN

BERITA ACARA UJIAN

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

Panitia Ujian Skripsi Mahasiswa
Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien
Dalam Sidangnya yang Diselenggarakan Pada:

Hari/Tanggal	**:Kamis 28 Agustus 2025**
Nama Mahasiswa	**:Putri Wulandari**
Nomor Pokok Mahasiswa	**:2129081046**
Program Studi	**:Manajemen**
Judul Skripsi	**:Pengaruh *Social Media Marketing* dan Komunikasi Pemasaran terhadap Minat Beli di Rahasia Coffee and Space**

Ditetapkan : **(A) Lulus Yudisium**

( ) Lulus Bersyarat, Memperbaiki Mengulang

Tanggal:

( ) Tidak Lulus

Panitia Ujian/Tim Penguji
Ketua

(Ahmad Yudhira, S.E., Ak., M.Si)

Anggota

(Amirudin, S.E., MM., M.Si)

Anggota

(Oki Prayogi, S.Pd., M.Mkmt)

FAKULTAS BISNIS DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN MEDAN

BERITA ACARA UJIAN

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

Panitia Ujian Skripsi Mahasiswa
Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien
Dalam Sidangnya yang Diselenggarakan Pada:

Hari/Tanggal	**:Kamis 28 Agustus 2025**
Nama Mahasiswa	**:Putri Wulandari**
Nomor Pokok Mahasiswa	**:2129081046**
Program Studi	**:Manajemen**
Judul Skripsi	**:Pengaruh *Social Media Marketing* dan Komunikasi Pemasaran terhadap Minat Beli di Rahasia Coffee and Space**

Ditetapkan **: (A) Lulus Yudisium**

( ) Lulus Bersyarat, Memperbaiki Mengulang

Tanggal:

( ) Tidak Lulus

Panitia Ujian/Tim Penguji
Ketua

(Ahmad Yudhira, S.E., Ak., M.Si)

Anggota **Anggota**

(Amirudin, S.E., MM., M.Si) **(Oki Prayogi, S.Pd., M.Mkmt)**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	: Putri Wulandari
NPM	: 2129081046
Fakultas	: Bisnis dan Humaniora
Program Studi	: Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Pengaruh *Social Media Marketing* dan Komunikasi Pemasaran terhadap Minat Beli di Rahasia Coffee and Space** adalah bukan merupaka tugas akhir orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhannya kecuali dalam kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya dengan benar dan jelas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 28 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Putri Wulandari

2129081046/MNJ

ABSTRAK

Putri Wulandari, 2129081046. Pengaruh *Social Media Marketing* dan Komunikasi Pemasaran terhadap Minat Beli di Rahasia Coffee and Space. Universitas Tjut Nyak Dhien. 2025.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* terhadap minat beli di Rahasia Coffee and Space. Lokasi penelitian ini dilakukan di Rahasia Coffee and Space yang terletak di Jl.Abdul Sani Mutalib No.8a, Terjun, Kecamatan Medan marelan, Kota Medan Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke Rahasia Coffee and Space. Pemilihan sampel yang dilakukan adalah dengan menggunakan menggunakan metode *accidental sampling* dengan sampel 96 responden, insturmen 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.

Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel *social media marketing* menunjukan bahwa nilai t_{hitung} 9,423 >t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikan 0,000<0,05. maka dapat disimpulkan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Komunikasi pemasaran menunjukan bahwa nilai t_{hitung} 2,701 >t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikan 0,008< 0,05. maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di Rahasia Coffee and Space. Berdasarkan hasil perhtiungan uji f (uji simultan) variabel nilai F_{hitung} adalah 69,443 dengan tingkat signifikansi 0,000. dengan penggunaan tingkat signifikansi (α) 5%. Berdasarkan Tabel diperoleh 0,000< 0,05, dan f_{hitung} 69,443 ft_{tabel} 3,13 ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara *social media marketing* dan komunikasi pemasaran terhadap minat beli.Nilai R *Square* sebesar 0.599 yang berarti 59,9 % faktor-faktor dari minat beli dapat dijelaskan oleh variabel social media marketing dan komunikasi pemasaran sedangkan selebihnya sebesar 40,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Brand Image,* Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Putri Wulandari, 2129081046. The Influence of Social Media Marketing on Purchase Intention at Rahasia Coffee and Space. Tjut Nyak Dhien University. 2025.

The purpose of this study was to determine the influence of social media marketing on purchase intention at Rahasia Coffee and Space. The location of this study was Rahasia Coffee and Space, located at Jl. Abdul Sani Mutalib No. 8a, Terjun, Medan Marelan District, Medan City. The population in this study was all customers visiting Rahasia Coffee and Space. The sample selection method used accidental sampling with a sample of 96 respondents. The research instrument was a questionnaire with a Likert scale model. Data analysis methods used data analysis tests, multiple linear regression, classical assumptions, hypothesis testing, and coefficient of determination tests.

The results of the study show that the social media marketing variable shows that the t-value is 9.423> t-table 1.985 and a significant value of 0.000<0.05. It can be concluded that social media marketing has a positive and significant effect on purchasing interest. Marketing communication shows that the t-value is 2.701> t-table 1.985 and a significant value of 0.008<0.05. It can be concluded that marketing communication has a positive and significant effect on purchasing interest at Rahasia Coffee and Space. Based on the results of the f-test calculation (simultaneous test) the variable F-value is 69.443 with a significance level of 0.000. with the use of a significance level (α) of 5%. Based on the table obtained 0.000 < 0.05, and f count 69.443 f ttable 3.13 shows that there is a simultaneous influence between social media marketing and marketing communications on purchasing interest. The R Square value is 0.599 which means that 59.9% of the factors of purchasing interest can be explained by social media marketing and marketing communications variables while the remaining 40.1% is explained by other factors not examined in this study.

***Keywords**: Product Quality, Brand Image, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Subhanahu Wata`ala, karena atas Rahmat Nya penulis dapat megajukan proposal skripsi ini yang berjudul "**Pengaruh *social Media Marketing* dan Komunikasi Pemasaran terhadap Minat Beli di Rahasia Coffee and Space**". Penulis menyadari akan ada masalah dan kesulitan dalam penulisan proposal skripsi ini yang disebabkan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Adapun maksud dari peneliti menulis proposal penelitian ini adalah salah satu syarat untuk melanjutkan tahap penulisan skripsi guna mencapai gelar sarjana pada Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien.

Dalam penyelesaian proposal skripsi ini terdapat banyak bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berharga dari berbagai pihak, baik secara materi maupun spiritual. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Dr. Apt Eva Sartika Dasopang, S.Si., M.Si selaku Rektor Universitas Tjut Nyak Dhien.
2. Ibu Dr. Dahlia Kusuma Dewi, S.H., M.M. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien.
3. Bapak Khamo Waruwu,, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Tjut Nyak Dhien dan selaku dosen penguji.
4. Bapak Amirudin, S.E., M.M., M.Si selaku dosen pembimbing I yang meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing serta mendidik dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

5. Bapak Oki Prayogi, S.Pd, M.Mkmt selaku Pembimbing II yang telah memberikan waktu dan bimbingan demi terseleaikannya penulisan proposal penelitian ini.
6. Bapak Ahmad Yudhira, S.E., Ak., M.Si selaku dosen peguji skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dalam penulisan skripsi ini serta untuk menguji skripsi penulis.
7. Pemilik/owner rahasia coffee and space beserta staff yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan kepada penulis untuk meneliti.
8. Teristimewa terimakasih kepada kedua orang tua , bapak Sudarsana dan ibu Erna, dan saudara kandung peneliti. yang telah mencurahkan kasih sayang dan perhatian serta memberikan dukungan baik secara moral maupun material kepada penulis selama ini.
9. Terimakasih kepada seseorang yang tidak bisa saya sebutkan namanya, yang senantiasa mensupport dan mendukung penulis.
10. Terima kasih juga saya sampaikan kepada sahabat-sahabat seperjuangan yang telah menemani setiap proses, mulai dari seminar proposal hingga sidang akhir. Terima kasih atas semangat, tawa, dan dukungan tanpa henti yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan dan berwarna.

Medan 28 Agustus 2025

Putri Wulandari
2129081046

DAFTAR ISI

ABSTRAK ..... **i**
ABSTRACT ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
DAFTAR TABEL ..... **vii**
DAFTAR GAMBAR ..... **viii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Penelitian 1
B. Identifikasi Masalah 6
C. Batasan Masalah 6
D. Rumusan Masalah 6
E. Tujuan Penelitian 7
F. Manfaat Penelitian 7

BAB II LANDASAN TEORITIS **8**
A. Minat Beli 8
B. *Social Media Marketing* 12
C. Komunikasi Pemasaran 16
D. Penelitian Terdahulu 22
E. Kerangka Konseptual 23
F. Hipotesis 26

BAB III METODE PENELITIAN **27**
A. Jenis Penelitian 27
B. Lokasidan Waktu Penelitian 27
C. Populasi Dan Sampel 27
D. Definisi Operasional 29
E. Teknik Pengumpulan Data 31
F. Teknik Analisa Data 32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **38**
A. Sejarah Perusahaan 38
B. Hasil Penelitian 42
C. Hasil Uji Kualitas Data 45
D. Asumsi Klasik 43
E. Analisis Regresi Berganda 50
F. Pengujian Hipotesis 51
G. Pengujian Determinasi 53
H. Pembahasan 54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....58
A. Simpulan.....58
B. Saran.....59

DAFTAR PUSTAKA.....61

DAFTAR TABEL

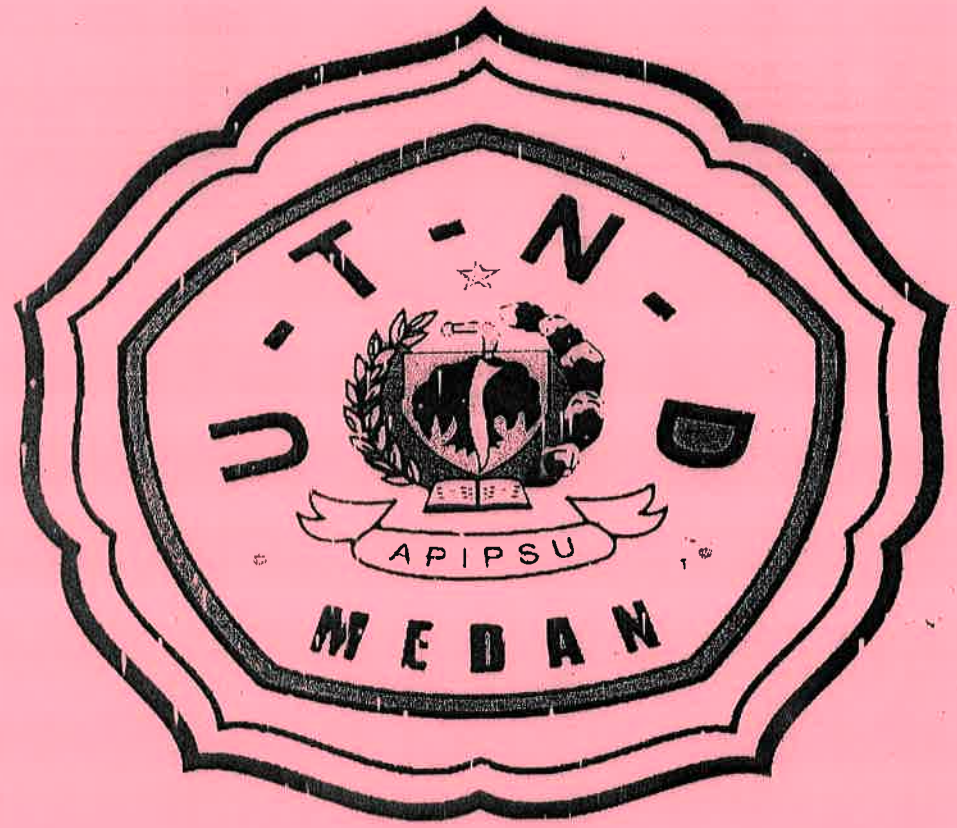
No **Judul** **Halaman**

1. Daftar Kedai Kopi di Marelan 4
2. Penelitian Terdahulu 22
3. Definisi Operasional Variabel 32
4. Pemberian Bobot Skala Likert 33
5. Distribusi Koesioner 43
6. Jenis Kelamin Responden 43
7. Usia Responden 44
8. Pekerjaan Responden 44
9. Uji Validitas Minat Beli 45
10. Uji Validitas *Social Media Marketing* 46
11. Uji Validitas Komunikasi pemasaran 46
12. Uji Reabilitas 47
13. *Kolmogorof- Smirnov Test* 48
14. Uji Multikolineritas 49
15. Analisis Regresi Berganda 51
16. Hasil Uji T (Uji Parsial) 52
17. Hasil Uji F (Uji Simultan) 53
18. Koefisien Determinasi 53

DAFTAR GAMBAR

No Judul **Halaman**

1. Model Komunikasi Pemasaran 17
2. Kerangka Konseptual 24
3. Struktur Organisasi 40
4. *Scatter Plot* 46


U.T.N.D
APIPSU
MEDAN