

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN BITTERSWEET BY NAJLA DI WILAYAH JABODETABEK)**

**DENA RIZKY MEILIANA**

**1702518030**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2021**

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS (CASE STUDY ON BITTERSWEET BY NAJLA CONSUMERS IN JABODETABEK)***

**DENA RIZKY MEILIANA**

**1702518030**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

*This Scientific Work is structured to fulfill on the requirements to get the title of Diploma at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta*

***MARKETING MANAGEMENT DIII STUDY PROGRAM***

***FACULTY OF ECONOMICS***

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2021**

## ABSTRAK

**Dena Rizky Meiliana. 1702518030. Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Bittersweet by Najla di Wilayah Jabodetabek). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bittersweet by Najla. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 110 responden dengan kriteria responden berdomisili di Jabodetabek dan pernah mengunjungi akun *social media* Bittersweet by Najla serta pernah melakukan pembelian produk Bittersweet by Najla. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan analisis deskriptif menggunakan aplikasi SPSS Versi 26 untuk pengolahan data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 30,6% sedangkan 69,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, Keputusan Pembelian, Bittersweet by Najla.

## **ABSTRACT**

**Dena Rizky Meiliana. 1702518030. *The Influence of Social Media Marketing on Consumer Purchase Decisions (Case Study on Bittersweet by Najla Consumers in Jabodetabek).* Marketing Management Study Program Diploma III, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.**

*This research aims to determine the effect of Social Media Marketing on Consumer Purchase Decisions Bittersweet by Najla. Data was collected by distributing questionnaires to 110 respondents with the criteria that the respondents were domiciled in Jabodetabek, had visited Bittersweet by Najla social media accounts and had purchased Bittersweet by Najla products. The analytical method used in this research is a quantitative method with descriptive analysis using the SPSS Version 26 application for data processing.*

*The results of this study indicate that Social Media Marketing variable has a positive and significant influence on the Purchase Decisions variable of 30,6% and the remaining 69,4% is influenced by other variables not examined in this research.*

*Keyword: Social Media Marketing, Purchase Decisions, Bittersweet by Najla.*

# LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surel [fe@unj.ac.id](mailto:fe@unj.ac.id) - [www.fe.unj.ac.id](http://www.fe.unj.ac.id)

---

## SURAT PERSETUJUAN SIDANG KARYA ILMIAH

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Febrilia, SE., M.M.  
NIP/NIDK : 198702092015042001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Dena Rizky Meiliana  
No. Registrasi : 1702518030  
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran  
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Bittersweet by Najla di Wilayah Jabodetabek)

untuk mengikuti Ujian Karya Ilmiah.

Jakarta, 14 Januari 2022

Mengetahui,  
Koord. Program Studi

Dra. Sholikhah, MM.  
NIP. 196206231990032001

Dosen Pembimbing

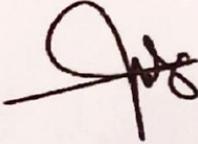


Ika Febrilia, SE., M.M.  
NIP/NIDK. 198702092015042001

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

## LEMBAR PENGESAHAN

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, SE, M.Si. Ph.D NIP 197412212008121001 (Ketua Sidang)		26-08-2022
2	Dra. Sholikhah, M.M. NIP 196206231990032001 (Penguji Ahli)	 	01-09-2022
3	Ika Febrilia, S.E., M.M NIP 198702092015042001 (Pembimbing)	 	26-08-2022

Nama : Dena Rizky Meiliana  
No. Registrasi : 1702518030  
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran  
Tanggal Lulus : 16 Agustus 2022

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

# LEMBAR PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dena Rizky Meiliana  
NIM : 1702518030  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Negeri Jakarta**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Bittersweet by Najla di Wilayah Jabodetabek)”** beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Universitas Negeri Jakarta** berhak menyimpan, mengalih-media atau *format*-kan, mengelolannya dalam pangkatan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 01 September 2022

Dena Rizky Meiliana

## LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dena Rizky Meiliana

NIM : 1702518030

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Tahun Akademik : 2018

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari Karya Ilmiah dengan judul **“Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Bittersweet by Najla di Wilayah Jabodetabek)”** ini adalah benar-benar merupakan Karya Ilmiah saya sendiri dan tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan pedoman dan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima tindakan atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas penyalahgunaan ataupun tindakan yang tidak sesuai dengan etika akademik dalam Karya Ilmiah saya saat ini, atau terdapat klaim terhadap keaslian Karya Ilmiah ini.

Jakarta, 31 Agustus 2022

Yang menyatakan,

Dena Rizky Meiliana

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas khadirat Allah SWT serta karunia-Nya dan tak lupa juga Sholawat teriring untuk baginda Nabi besar Muhammad SAW karena peneliti diberikan kemudahan dan kesehatan sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian yang berjudul **Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen** (Studi Kasus Pada Konsumen Bittersweet by Najla di Wilayah Jabodetabek).

Karya Ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat wajib untuk mencapai gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penulisan Karya Ilmiah, peneliti tidak lepas mendapatkan saran, bimbingan, semangat maupun arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Prof. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd Selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
2. Dra. Sholikhah, MM. Selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta
3. Ika Febrilia, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan Karya Ilmiah yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan Karya Ilmiah
4. Seluruh dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi peneliti selama berada di bangku perkuliahan
5. Orang Tua, Abang dan Adik yang sudah senantiasa memberikan doa dan dukungan dalam bentuk apapun baik moral maupun material bagi peneliti
6. Teman-teman Fakultas Ekonomi Program Studi DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2018 yang telah memberikan dukungan yang tulus untuk peneliti.

Peneliti menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan karena pengetahuan dan pengalaman dari peneliti yang terbatas. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu khususnya pada ilmu pemasaran.

Jakarta, 13 Februari 2022

Peneliti,

**Dena Rizky Meiliana**