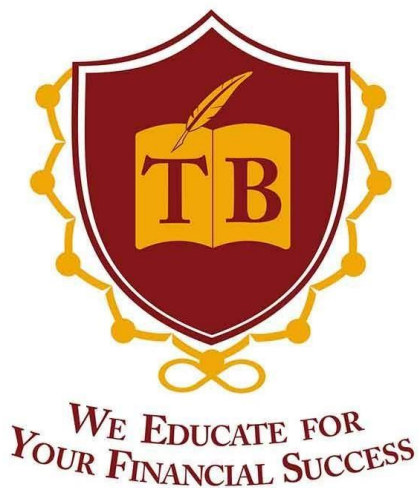


**PENGARUH POTONGAN HARGA, *WORD OF MOUTH* DAN
KONTEN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BELI PADA
AYAM PENYET MBAK ZUNI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen



Oleh

Ayu Bella Kusuma Dewi

202511013

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI BEKASI
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ayu Bella Kusuma Dewi

Nomor Induk Mahasiswa : 202511013

Program Studi : S1 Manajemen

Judul Skripsi :

**PENGARUH POTONGAN HARGA, WORD OF MOUTH DAN KONTEN
SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BELI PADA AYAM PENYET
MBAK ZUNI**

Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen.

Mengetahui,

Wakil Ketua 1



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si
NIDN 0325107402

Dosen Pembimbing



Dr. Sofia Maulida, SE., MM
NIDN 0309027801

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH POTONGAN HARGA, WORD OF MOUTH DAN KONTEN
SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BELI PADA AYAM PENYET
MBAK ZUNI**

OLEH

AYU BELLA KUSUMA DEWI

202511013

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada Tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 26 Agustus 2024

Ketua Penguji



Ir. Prillia Haliawan, MM.

NIDN 0430047303

Anggota Penguji 1



Irvan F.C Oentoeng, SE., MM.
NIDN 0411118204

Anggota Penguji 2



Dr. Sofia Maulida, SE., MM
NIDN 0309027801

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelara akademik Sarjana Akuntansi/Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing* dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 26 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan



Ayu Bella Kusuma Dewi

NIM : 202511013

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ayu Bella Kusuma Dewi

NIM : 202511013

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti

Program Studi : S1 Manajemen

Dengan ini menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul **“PENGARUH POTONGAN HARGA, WORD OF MOUTH DAN KONTEN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BELI PADA AYAM PENYET MBAK ZUNI”**, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (database). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikan nya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 26 Agustus 2024

Yang _____ aan



Ayu Bella Kusuma Dewi

NIM. 202511013

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh potongan harga, *word of mouth*, dan konten sosial media terhadap minat beli pada Ayam Penyet Mbak Zuni. Penelitian ini menggunakan desain penelitian penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan program pengolahan data SPSS versi 26. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Ayam Penyet Mbak Zuni dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Penentuan jumlah sampel menggunakan metode non probabilitas dengan teknik *random sampling*. Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh positif signifikan secara parsial pada variabel X1 potongan harga yang memiliki nilai t hitung sebesar $2.079 > t \text{ tabel } 1.98609$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.040 < 0.05$. Pada variabel *word of mouth* yang memiliki nilai t hitung sebesar $2.058 > t \text{ tabel } 1.98609$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.042 < 0.05$. Pada variabel konten sosial media yang memiliki nilai t hitung sebesar $3.161 > t \text{ tabel } 1.98609$ dan memiliki nilai signifikansi sebesar $0.002 < 0.05$. Serta memiliki pengaruh positif signifikan secara simultan pada variabel potongan harga, *word of mouth*, dan konten sosial media terhadap minat beli pada Ayam Penyet Mbak Zuni dengan nilai f hitung sebesar $28.421 > f \text{ tabel } 2.70$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.005$.

Kata Kunci : Potongan Harga, *Word Of Mouth*, Konten Sosial Media, Minat Beli

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of price cuts, word of mouth, and social media content on purchasing interest in Ayam Penyet Mbak Zuni. This research uses a quantitative and qualitative research design with the SPSS version 26 data processing program. The population in this research is consumers of Ayam Penyet Mbak Zuni with a sample size of 96 respondents. Determination of sample size using non-probability methods with random sampling techniques. The results of this research show a partially significant positive influence on the variable X1 price discount which has a calculated t value of 2.079 > t table 1.98609 and has a significance value of 0.040 < 0.05. The word of mouth variable has a calculated t value of 2.058 > t table 1.98609 and has a significance value of 0.042 < 0.05. The social media content variable has a calculated t value of 3.161 > t table 1.98609 and has a significance value of 0.002 < 0.05. As well as having a significant positive influence simultaneously on the variables of price discounts, word of mouth, and social media content on purchasing interest in Ayam Penyet Mbak Zuni with a calculated f value of 28.421 > f table 2.70 and a significance value of 0.000 < 0.005.

Keywords: *Price Discounts, Word Of Mouth, Social Media Content, Purchase Interest*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji dan Syukur kita panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini untuk dapat memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti. Adapun judul dari penulisan skripsi ini yaitu "PENGARUH POTONGAN HARGA, *WORD OF MOUTH* DAN KONTEN SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BELI PADA AYAM PENYET MBAK ZUNI".

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis tentunya telah berusaha semaksimal mungkin, namun tidak dapat dipungkiri masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Maka segala macam saran dan kritik sangat diperlukan agar skripsi ini dapat dikatakan bermanfaat. Penulis sangat membutuhkan dukungan berupa kritik dan saran yang membangun.

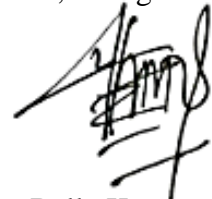
Akhirnya skripsi ini dapat disusun dan diselesaikan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua atas dukungan penuh dan semangatnya. Hormat dan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing skripsi Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., MM. atas petunjuk, arahan, kritik, saran dan dorongan yang diberikan dari awal hingga akhir skripsi ini dan kepada pihak-pihak yang mendukung penulis, termasuk yang saya hormati:

1. Ketua Pembina Yayasan Prima Bina Bangsa, dr. Marion E. Aritonang.
2. Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa, Horas Sebastian E.Tobing.
3. Ketua Tri Bhakti Business School, Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom.
4. Ketua Program Studi Manajemen, Dr. Sofia Maulida, SE., MM
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama menempuh pendidikan sarjana di STIE Tri Bhakti.
6. Seluruh staff dan bagian akademik yang sudah membantu keperluan penulis dalam menyelesaikan skripsi dan selama belajar di STIE Tri

Bhakti.

7. Orang tua serta keluarga tercinta yang selalu menjadi sumber kekuatan dan Inspirasi.
8. Panji Raya Saputra sebagai laki-laki spesial yang menemani perjalanan dalam menuntut ilmu dan diharapkan untuk kedepannya.
9. Rekan-rekan seperjuangan prodi manajemen selama masa kuliah yaitu Septi dan Serly
10. Seluruh teman-teman mahasiswa angkatan 2020 atas kerja sama dan dukungan yang diberikan.
11. Kepada pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang sudah membantu.

Bekasi, 26 Agustus 2024



Ayu Bella Kusuma Dewi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Kerja keras dan do’a adalah kombinasi sempurna untuk meraih impian”

(a.bella.k.d)

Kupersembahkan untuk :

Keluarga ku tercinta, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan inspirasi.

Terimakasih atas cinta, dukungan dan kepercayaan yang tak tergoyahkan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN.....	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	5
1.3. Batasan Penelitian	5
1.4. Perumusan Masalah.....	5
1.5. Tujuan Penelitian	5
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
1.7. Sistematika Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1. Landasan Teori	8

2.1.1.	Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.2.	Minat Beli	10
2.1.3.	Potongan Harga.....	12
2.1.4.	Word Of Mouth.....	17
2.1.5.	Konten Sosial Media	20
2.2.	Penelitian Terdahulu	28
2.3.	Kerangka Penelitian.....	30
2.4.	Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
3.1.	Desain Penelitian	33
3.1.1.	Unit Analisis.....	33
3.1.2.	Tujuan Penelitian.....	33
3.1.3.	Metodologi Penelitian	33
3.1.4.	Strategi Penelitian	33
3.1.5.	Keterlibatan Penelitian	34
3.1.6.	Latar Penelitian	34
3.1.7.	Waktu Pelaksanaan	34
3.2.	Definisi Operasional dan Pengukuran	35
3.2.1.	Variabel Terikat (dependen).....	35
3.2.2.	Variabel Bebas (independen)	36
3.3.	Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1.	Populasi	38
3.3.2.	Sampel.....	38
3.4.	Sumber Data	39
3.4.1.	Data Primer	39

3.4.2.	Data Sekunder	39
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.	Teknik Pengolahan Data	40
3.7.	Teknik Analisis Data	40
3.7.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.7.2.	Uji Instrumen Penelitian	41
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik	42
3.7.4.	Uji Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN		46
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1.	Deskripsi Data Objek Penelitian	47
4.2.	Hasil Penelitian.....	48
4.2.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
4.2.2.	Uji Instrumen Penelitian	50
4.2.3.	Uji Asumsi Klasik	61
4.2.4.	Uji Hipotesis	64
4.2.5.	Hasil Tanggapan Responden Pada Kuisisioner.....	67
4.2.6.	Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		76
5.1.	Simpulan.....	76
5.2.	Saran	77
5.3.	Implikasi Penelitian	78
5.3.1.	Pengaruh Potongan Harga Terhadap Minat Beli	78
5.3.2.	Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Beli	79
5.3.3.	Pengaruh Konten Sosial Media Terhadap Minat Beli	79

DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Y	35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X1	36
Tabel 3. 3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X3	37
Tabel 3. 4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel X3	37
Tabel 3. 5 Skala Likert	40
Tabel 3. 6 Nilai Koefisien Korelasi.....	45
Tabel 4. 1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
Tabel 4. 2 Uji Validitas Potongan Harga	51
Tabel 4. 3 Uji Validitas Item Pernyataan Potongan Harga (X1).....	51
Tabel 4. 4 Uji Validitas Word Of Mouth	52
Tabel 4. 5 Uji Validitas Item Pernyataan Word Of Mouth (X2)	53
Tabel 4. 6 Uji Validitas Konten Sosial Media	54
Tabel 4. 7 Uji Validitas Item Pernyataan Konten Sosial Media (X3).....	55
Tabel 4. 8 Uji Validitas Minat Beli	57
Tabel 4. 9 Uji Validitas Item Pernyataan Minat Beli (Y)	57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Potongan Harga	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Word Of Mouth	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas Konten Sosial Media	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli.....	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji Autokorelasi	63
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji Parsial (T)	65
Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (F).....	66
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	66
Tabel 4. 21 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Variabel X1	67

Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Variabel X2	68
Tabel 4. 23 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Variabel X3	68
Tabel 4. 24 Tanggapan Responden Pada Pernyataan Variabel Y	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Ayam Penyet Mbak Zuni	2
Gambar 1. 2 Data <i>Online Customer Review</i>	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	34
Gambar 4. 1 Logo Ayam Penyet Mbak Zuni.....	46
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Olah Data	88
Lampiran 2 Pernyataan Kuisisioner.....	104
Lampiran 3 Google Form.....	109
Lampiran 4 Tabulasi Daftar Responden	118
Lampiran 5 T Tabel.....	129
Lampiran 6 F Tabel.....	132
Lampiran 7 Surat Keterangan Lolos Plagiasi.....	137