

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MELALUI MOTIVASI KONSUMEN PADA
TOKO ARUS BATIK TANJUNG MEDAN
KECAMATAN KAMPUNG RAKYAT**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH :

**DESI RATNA WATI NAZARA
2101100040**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2025**

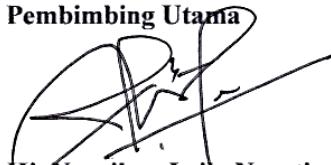
LEMBAR PENGESAHAN/PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

NAMA : DESI RATNA WATI NAZARA
NPM : 2101100040
POGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI MOTIVASI KONSUMEN PADA TOKO ARUS BATIK TANJUNG MEDAN KECAMATAN KAMPUNG RAKYAT

Rantauprapat, April 2025

Disetujui,

Pembimbing Utama



H. Novrihan Leily Nasution, S.E., M.Si
NIM. 012117202

Pembimbing Pendamping



Anggie Yolanda Ritonga, S.E., M.A
NIM. 0131079701

Menyetujui,

Dekan Universitas Labuhanbaku



Pristivono, S.E., M.Si
NIM. 0116118301

Kaprodi Manajemen



Yuniman Zebua, S.E., M.Si
NIM. 0137067201

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : DESI RATNA WATI NAZARA
NPM : 2101100040
POGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI MOTIVASI KONSUMEN PADA TOKO ARUS BATIK TANJUNG MEDAN KECAMATAN KAMPUNG RAKYAT

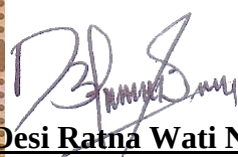
Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat,

April 2025

Yang Membuat Pernyataan




Desi Ratna Wati Nazara
NPM. 2101100040

ABSTRAK

DESI RATNA WATI NAZARA/NPM. 2101100040. PENGARUH MEDIA SOSIAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI MOTIVASI KONSUMEN PADA TOKO ARUS BATIK TANJUNG MEDAN KECAMATAN KAMPUNG RAKYAT. 2025. SKRIPSI.

Penelitian ini dilakukan di Toko Arus Batik dengan menggunakan Metode Kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah konsumen PT. Arus Batik dengan jumlah populasi dan sampel 32 orang. Metode pengumpulan data menggunakan Skala Likert. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Promosi media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Arus Batik Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat. Dengan hasil penelitian Promosi media sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Motivasi Konsumen pada Toko Arus Batik Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Arus Batik Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap motivasi konsumen pada Toko Arus Batik Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Arus Batik Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap motivasi konsumen pada Toko Arus Batik Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat. Motivasi konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Arus Batik Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat. Promosi media sosial yang dimodernisasi oleh motivasi konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Arus Batik Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat. Harga melalui motivasi konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Arus Batik Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat. Kualitas produk melalui motivasi konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Arus Batik Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat.

Kata Kunci: *Media Sosial, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Konsumen, Motivasi Konsumen*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Media Sosial, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Motivasi Konsumen Pada Toko Arus Batik Tanjung Medan Kecamatan Kampung Rakyat”.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat memenuhi tugas akhir guna mengikuti ujian skripsi pada Universitas Labuhan Batu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, penulis menyadari bahwa skripsi ini belum dapat dikatakan sempurna dan masih jauh dari apa yang diharapkan, baik nilai ilmiahnya maupun struktur substansinya, hal ini disebabkan karena sangat minimnya pengetahuan yang dimiliki serta kemampuan penulis dalam penyusunan skripsi belum mencapai tingkat sebagaimana yang diharapkan, berkenaan dengan hal ini penulis dengan segala kerendahan hati mengharapkan kritik dan saran dari pihak pembaca guna menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Untuk penyempurnaan usaha penyelesaian skripsi ini penulis memiliki banyak dukungan baik material dan juga spiritual guna selesainya tulisan skripsi ini.

Atas bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak, penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Halomoan Nasution, SH, MH, selaku Ketua Yayasan Universitas Labuhanbatu
2. Bapak Ade Parlaungan, SE, M.Si, Ph.d Selaku Rektor Universitas Labuhan Batu
3. Bapak Pristiyono, SE, M.Si Selaku Dekan Universitas Labuhanbatu.
4. Ibu Hj. Novrihan Leily Nasution, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah berusaha menyempatkan diri untuk membimbing penulis sampai skripsi ini selesai.
5. Ibu Anggie Yolanda Ritonga, SE, M.A, Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan kepada penulis guna terselesaikannya skripsi ini.

6. Bapak Abdul Halim, SE, M.Si, selaku Ka. Prodi Manajemen yang telah banyak memberikan gambaran-gambaran tentang penulisan skripsi ini hingga selesai.
7. Para Dosen dan staff Universitas Labuhan Batu yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
8. Kantor Desa Asam Jawa dan juga rekan-rekan pegawai yang telah memberikan data kepada penulis.
9. Kedua orang tua penulis atas bantuan moril dan spiritualnya hingga penulis berhasil menyelesaikan perkuliahan.
10. Saya ucapkan terima kasih juga kepada Princessa Tsamara Telaumbanua dan Yarman Setia Telaumbanua yang tak ada henti-hentinya memberikan support kepada saya
11. Teman-temanku khususnya kelas manajemen, yang telah banyak membantu memberikan saran maupun buah pikiran bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya pada Bapak/Ibu dosen dan semua rekan-rekan atas segala kesalahan dan kesalahan yang telah diperbuat penulis selama ini, dan semoga skripsi yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca dan pihak lain yang memerlukannya.

Rantauprapat, April 2025



Desi Ratna Wati Nazara
2101100040

DAFTAR ISI

Halaman

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan dan Batasan Masalah.....	7
1. Rumusan Masalah.....	7
2. Batasan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Uraian Teori	15
1. Teori Promosi Media Sosial	15
2. Teori Harga.....	20
3. Teori Kualitas Produk.....	24
4. Teori Keputusan Pembelian.....	29
C. Kerangka Konseptual.....	33
D. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
1. Lokasi penelitian.....	36
2. Waktu Penelitian.....	36

B.	Populasi dan Sampel	37
1.	Populasi	37
2.	Sampel	37
C.	Definisi Operasional variabel.....	37
D.	Jenis dan sumber Data.....	39
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	40
F.	Skala Pengumpulan Variabel	41
G.	Uji Instrumen Penelitian	43
1.	Uji Validitas.....	43
2.	Uji reliabilitas	47
H.	Metode Analisis Data.....	48
1.	Analisis Deskriptif.....	48
2.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.	Uji Hipotesis	50
DAFTAR PUSTAKA.....		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan Pada Toko Arus Batik	7
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian	36
Tabel 3.2. Pedoman Pemberian Skor	43
Tabel 3.3. Uji Validitas Variabel Media Sosial	44
Tabel 3.4. Uji Validitas Variabel Harga.....	45
Tabel 3.5. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	45
Tabel 3.6. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 3.7. Uji Validitas Variabel Motivasi Konsumen	46
Tabel 3.8. Hasil uji Reliabilitas	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	34
Gambar 3.1. Model Statement Alur Hipotesis 8.....	54
Gambar 3.2. Model Statement Alur Hipotesis 9.....	54
Gambar 3.3. Model Statement Alur Hipotesis 10.....	54