

ABSTRAK

Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner Yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing (Studi Pada Follower Akun Instagram MakanMana Di Kota Medan)

TEUKU NUZUL AKBAR

1501010017

Social media saat ini bukanlah suatu hal yang asing bagi setiap orang. Kegunaan *social media* tidak lagi terbatas sebagai alat berkomunikasi, melainkan juga sebagai sarana dalam melakukan pemasaran dan promosi. Kegiatan *social media marketing* mampu menciptakan suatu kekuatan *word of mouth* yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada *food blogger* MakanMana dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* yang dimediasi *word of mouth marketing* terhadap keputusan pembelian produk kuliner di Kota Medan. Penelitian ini dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada 145 responden yang telah dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik regresi sederhana, teknik analisis jalur dan analisis Sobel dengan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics 23 for Windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh strategi *social media marketing* yang dimediasi *word of mouth marketing* terhadap keputusan pembelian produk kuliner di Kota Medan dengan nilai t hitung sebesar 7,826 lebih besar dari nilai t tabel ($7,826 > 1,976$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) serta koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,5557. Hasil perhitungan juga menunjukkan bahwa besarnya pengaruh tidak langsung strategi *social media marketing* yang dimediasi *word of mouth marketing* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,5557.

Kata Kunci: Social Media, Word of Mouth Marketing, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

***The Influence Of Social Media Marketing On Culinary Products Buying
Decision Mediated By Word Of Mouth Marketing
(Study On Followers Of MakanMana Instagram Account In Medan City)***

TEUKU NUZUL AKBAR

1501010017

Social media today is something unfamiliar to everyone. The use of social media is no longer limited as a tool to communicate, but also as a means of marketing and promotion. Social media marketing activities are able to create a power of word of mouth that can influence purchasing decisions from consumers.

This study was conducted on food blogger MakanMana with the aim to determine the influence of social media marketing mediated by word of mouth marketing to the purchasing decision of culinary products in the city of Medan. This study was conducted by distributing questionnaires to 145 respondents who have been selected in accordance with predetermined criteria.

Data analysis techniques used in this study are simple regression techniques, path analysis and Sobel test using the application of IBM SPSS Statistics 23 for Windows.

The results showed that there is an influence of social media marketing strategy mediated by word of mouth marketing to the decision of purchasing culinary products in the city of Medan with a t value of 7.826 is greater than the value of t table ($7.826 > 1.976$) and a significance value of 0.000 smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$) and regression coefficient have positive value equal to 0.5557. The calculation results also indicate that the magnitude of indirect influence of social media marketing strategy mediated by word of mouth marketing to the purchase decision is amounted to 0.5557.

Keywords: Social Media, Word of Mouth Marketing, Buying Decision

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner Yang Dimediasi *Word Of Mouth Marketing* (Studi pada *Follower* Akun Instagram MakanMana di Kota Medan)” ini dengan baik.

Adapun skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Terapan (ST) pada Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional pada Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia. Penelitian ini dapat terwujud tak lepas dari bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.

Lebih dan kurang peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Deli Serdang, 29 Maret 2018

Penyusun,

Teuku Nuzul Akbar
NIM. 1501010017