

SKRIPSI

PENGARUH SOSIAL MEDIA *MARKETING*
TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN PADA
PRODUK INDIHOME (STUDI KASUS UJUNG BATU)

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyusunan Skripsi Pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH:

WINDI WIDIA SAFITRI
NIM:2025308

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
2025

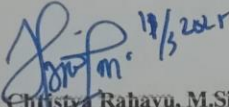
HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : Windi Widia Safitri
NIM : 2025308
JUDUL PENELITIAN : PENGARUH SOSIAL MEDIA *MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PELANGGAN PADA PRODUK INDIHOME
(STUDI KASUS UJUNG BATU)

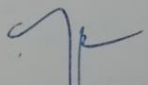
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada ujian akhir Komprehensif program Studi Manajemen pada Rabu 04 November 2025 dan telah dilakukan perbaikan sesuai dengan simpulan dan saran Tim Penguji

Pasir Pengaraian, 06 November 2025

Pembimbing I

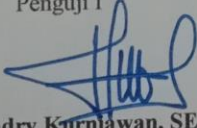

Dr. Heff Chistya Rahayu, M.Si
NIDN. 1018067303

Pembimbing II

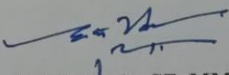

Arrafiqur Rahman SE., MM., CPHCM., Ph.D.
NIDN. 1018108502

Penguji Ujian Akhir Komprehensif

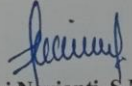
Penguji I


Dr. Hendry Kurniawan, SE., MM.
NIDN. 1003078701

Penguji II


Erik Estrada, SE, MM.
NIDN. 1008099203

Penguji III


Devi Novianti, S.M., M.Si.
NIDN. 1012129701

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian



Nurhayati, S.E., M.Si
NIDN. 1026068605

PERYATAAN TIDAK PELAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Windi Widia Safitri
Nomor Mahasiswa : 20252308
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Media *marketing* Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Produk Indihome Studi Kasus Ujung Batu.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah di ajukan untuk memperoleh gelar akademisi disuatu institusi pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis di kutip dalam naskah ini dan di sebut dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat maka saya bersedia menerima sanksi akademi berupa pancabutan gelar akademik yang telah diperoleh. Karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Pasir pengaraian, Februari 2025

Yang membuat pernyataan


(Windi Widia Safitri)

ABSTRAK

Windi Widia Safitri, 2025308, 2025. Pengaruh Sosial Media *Marketing* Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Produk Indihome. Pembimbing pertama: Dr. Heffi Chistya Rahayu, SE.M.Si dan Pembimbing Kedua: Arrafiqur Rahman SE.MM.,Ph.D.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh sosial media terhadap keputusan pelanggan pada PT. Telkom Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu. Variabel bebas dalam penelitian ini pengaruh sosial media (X1) dan variabel terikat keputusan pelanggan (Y). Metode pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) sosial media berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan; dibuktikan dengan statistik Uji-t, dengan Nilai t-hitung 7,014 dan nilai t-tabel 2,002, sehingga $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($7,014 > 2,002$), Maka dalam hal ini variabel X (keputusan pelanggan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (kualitas pelayanan).

Kata kunci: Sosial Media *Marketing*, Keputusan Pelanggan, Produk Indihome

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT karena dengan limpahan karunia, hidayah, petunjuk dan karunia-Nya, telah memberikan kesempatan kepada kita untuk menyelesaikan makalah penelitian yang berjudul ‘‘Pengaruh *Sosial Marketing Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Produk Indihome (Studi Kasus Telkom Ujung Batu)*.’’ Skripsi Penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Manajemen Ekonomi Universitas Pasir.

Penelitian ini tidak dapat dilepaskan dari bantuan berbagai pihak. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa ia telah memperoleh banyak bantuan, inspirasi, arahan, dukungan, dan pertimbangan, baik secara moral maupun substansial dari beberapa pihak. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hardianto, M. Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberi kesempatan kepada penulis menimba ilmu sebanyak banyaknya.
2. Ibu Nurhayati, SE.,M.Si Dekan Fakultas Ekonomi Pasir Pengaraian.
3. Ibu Arfianti Novita Anwar,S.IP.,MM selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
4. Ibu Dr. Heffi Christya Rahayu. SE. M.Si sebagai Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan dan selalu memberi dorongan kepada penulis dalam menyusun Skripsi ini.

5. Bapak Arrafiqur Rahman SE.MM, Ph.D sebagai pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dengan memberikan masukan demi perbaikan skripsi ini.
6. Orang Tua tercinta, Ayahanda Bapak dan Ibunda, Adik-adik, sepupu dan seluruh keluarga besar yang senantiasa yang telah memberikan kasih sayang, dukungan berupa materil dan kepercayaan serta doa dan kasih sayang yang tiada tara.
7. Bapak/Ibu Dosen Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Teman-teman seperjuangan yang banyak membantu pengerjaan skripsi ini hingga akhirnya sama-sama dapat meraih gelar sarjana.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu saya mengharapkan bantuan dari semua pihak baik itu kritik maupun saran yang membangun sehingga bisa menjadi yang terbaik nantinya.

Pasir Pengaraian, 22 Agustus 2025

WINDI WIDIA SAFITRI
NIM.2025308

DAFTAR ISI

LEMBARAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN TIDAK PELAGIAT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTAL, DAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Sosial Media <i>Marketing</i>	9
2.1.2 Indikator Sosial Media <i>Marketing</i>	9
2.1.3 Keputusan Pelanggan	10
2.1.4 Indikator Keputusan Pelanggan	13
2.1.5 Kualitas Produk.....	13
2.1.6 Harga	17
2.1.6.1 Pengertian Harga.....	17
2.1.6.2 Konsep Harga.....	18
2.1.6.3 Fungsi Harga	18
2.1.6.4 Jenis Harga	20
2.1.6.5 Tujuan Penetapan Harga	20
2.1.6.6 Produk Indihome.....	22
2.2 Penelitian Tedahulu.....	24

2.3 Kerangka Konseptual	27
2.4 Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang lingkup Penelitian	29
3.1.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	29
3.2 Populasi Dan Sampel	29
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Jenis Dan Sumber Data	31
3.3.1 Jenis Data	31
3.3.2 Sumber Data.....	32
3.4 Tekni Pengumpulan Data.....	32
3.4.1 Observasi	32
3.4.2 Kuesioner	33
3.4.3 Duokumentasi	33
3.5 Definisi Operasional	34
3.6 Instrumen Penelitian.....	35
3.6.1 Skala Pengukuran.....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1 Uji Asumsi Klasik	38
3.7.2 Analisis Regresi Sederhana	39
3.8 Uji Hipotesis.....	40
3.8.1 Uji Parsial (t).....	40
3.8.2 Uji Signifikansi Silmultan (Uji f)	41
3.8.2 Uji Koefesien Determinasi (R ²).....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1 Sejarah Berdasarkan PT Tekjom Ujung Batu Rokan Hulu.....	42
4.1.2 Visi Dan Misi	43
4.1.3 Struktur Organisasi.....	44
4.14 Tugas Dan Wewenang Pekerjaan Pada PT Telkom Ujung Batu	45

4.2 Karatistik Responden	46
4.2.1 Karatistik Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.2 Karatistik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.3.3 Karatistik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.3 Analisis Data Penelitian.....	48
4.3.1 Analisis Variabel Sosial Media <i>Marketing</i>	49
4.3.2 Analisis Deskriptif eputusan Pelanggan	51
4.4 Uji Instrumen Penelitian	54
4.4.1 Uji Vadilitas	54
4.4.2 Uji Reabilitas.....	55
4.5 Asumsi Klasik.....	56
4.5.1 Uji Normalitas Data	56
4.5.2 Uji Multikolineritas Data	57
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	58
4.6 Analisis Regresi Sederhana	58
4.7 Uji Hipotesis.....	59
4.7.1 Uji t.....	59
4.7.3 Analisis Determasi	60
4.8 Pembahasan	61
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	
KUESIONER PENELITIAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis Data Paket Internet Dan Harga Paket	5
Tabel 1.2 Jumlah Pelanggan Internet Area Ujung Batu.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	37
Tabel 3.3 Tingkat Capaian Responden (TCR).....	39
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sosial Media <i>Marketing</i> ..	49
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pelanggan	51
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Sosial Media <i>Marketing</i>	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pelanggan.....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Data.....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas Data.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.11 Hasil Uji-t.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Negara Pengguna Media Sosial Media Terbanyak	3
Gambar 2.1 Kerangka konseptual	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	44