

## **SKRIPSI**

### **PENGARUH ONLINE PROMOTION DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KEDAI MONGGOH SEDOYO PINARAK BUNGAH GRESIK**



Diajukanoleh:

**MOH. MAS'UDI ARIFIN**  
NIM: 2018020058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS GRESIK  
GRESIK  
2022**

# **SKRIPSI**

## **PENGARUH ONLINE PROMOTION DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KEDAI MONGGOH SEDOYO PINARAK BUNGAH GRESIK**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Gresik



Diajukan oleh:

**MOH. MAS'UDI ARIFIN**  
NIM: 2018020058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK**

**GRESIK  
2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### PENGARUH ONLINE PROMOTION DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KEDAI MONGGOH SEDOYO PINARAK BUNGAH GRESIK

#### SKRIPSI

Diajukan oleh:

**MOH. MAS'UDI ARIFIN**  
NIM: 2018020058

Skripsi telah disetujui untuk diujikan

Pada Tanggal 20 juni 2022

Oleh:

Pembimbing I



(Susan Novitasari Khadijah, S.E., M.M)  
NIDN 0714118803

Pembimbing II



(Dini Kusumaningrum, S.Si., M.M)  
NIDN 0727078806

Ketua Program Studi Manajemen

(Umar Burhan , S.E.,M.M)

NIDN 0718058006

## LEMBAR PENGESAHAN

### PENGARUH ONLINE PROMOTION DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KEDAI MONGGOH SEDOYO PINARAK BUNGAH GRESIK

#### SKRIPSI

Diajukan oleh:

**MOH. MAS'UDI ARIFIN**  
NIM: 2018020058

Telah dipertahankan di depan Tim Pengaji dan telah direvisi  
sebagaimana disarankan oleh Tim Pengaji

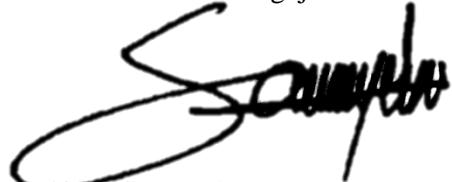
Pada Tanggal : 22 juli 2022

Dosen Pembimbing



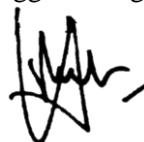
(Susan Novitasari Khadijah, SE., M.M.)  
NIDN 0714118803

Ketua Pengaji



(Arif Syafuir Rochman, S. ST., MMT.)  
NIDN 0729088705

Anggota Pengaji



(Denny Astanto, S.E., M.M.)  
NIDN 0720107402

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

  
(Firdaus Indrajaya Tuharea, S.E., M.Si.)  
NIDN: 0023057801

## **SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MOH.MAS'UDI ARIFIN

Nim : 2018020058

Fakultas : Ekonomi

Program : S-1 (Sarjana)

Program study : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :

**“Pengaruh Online Promotion Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Monggoh Sedoyo Pinarak Bungah Gresik”**

Hasil karya saya sendiri bukan **“DUPLIKASI”** dari karya orang lain. Sepengetahuan saya dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain. Untuk memperoleh gelar akademik disuatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik saya yang telah saya peroleh **“DIBATALKAN”**, serta diproses sesuai perundang-undang yang berlaku.

Demi pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun.



# **PENGARUH ONLINE PROMOTION DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KEDAI MONGGOH SEDOYO PINARAK BUNGAH GRESIK**

Moh. Mas'udi Arifin

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dan membuktikan pengaruh *online promotion* dan *word of mouth* terhadap minat beli masyarakat bungah di Kedai Monggoh Sedoyo Pinarak (MSP). Penelitian ini penting dilakukan karena pengusaha harus mengetahui konsumen mana yang akan tertarik dengan promosi produknya, kriteria promosi yang bagaimana yang menarik konsumen untuk berminat membeli produk. Dalam hal ini pengusaha perlu merancang sebuah strategi promosi. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel yang diambil berjumlah 104 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuisioner dan observasi. Penelitian ini dilakukan dengan teknik random sampling dan menggunakan rumus perhitungan Slovin. Analisis data menggunakan skala Likert menggunakan media *Google Form*. Hasil yang didapat dari penelitian ini bahwa *online promotion* terbukti secara parsial mempengaruhi minat beli masyarakat Bungah untuk membeli di Kedai Monggo Sedoyo Pinarak Bungah. *Word of mouth* terbukti secara simultan mempengaruhi minat beli masyarakat Bungah untuk membeli di Kedai Monggo Sedoyo Pinarak Bungah. *Online promotion* dan *word of mouth* terbukti secara simultan mempengaruhi minat beli masyarakat Bungah untuk membeli di Kedai Monggo Sedoyo Pinarak Bungah.

**Kata kunci:** online promotion, word of mouth, minat beli

**THE INFLUENCE OF ONLINE PROMOTION AND WORD OF  
MOUTH ON CONSUMER BUYING INTEREST IN SHOP**  
**MONGGOH SEDOYO PINARAK BUNGAH GRESIK**

Moh. Mas'udi Arifin

*Management Study Program, Faculty of Economics, University of Gresik*

**ABSTRACT**

*This study aims to examine and prove the influence of online promotion and word of mouth on people's buying interest in Kedai Monggoh Sedoyo Pinarak (MSP). This research is important to do because entrepreneurs must know which consumers will be interested in the promotion of their products, the criteria for promotions that attract consumers to be interested in buying products. In this case, entrepreneurs need to design a promotion strategy. This research uses the quantf approach method with the number of samples taken amounting to 104 respondents. Data collection was carried out by questionnaires and observations. This study was conducted using a random sampling technique and using the Slovin calculation formula. Analyze the data using the Likert scale using Google Form media. The results obtained from this study that online promotion has been shown to partially affect the buying interest of bungah people to buy at Kedai Monggo Sedoyo Pinarak Bungah. Word of mouth has been proven to simultaneously influence the buying interest of bungah people to buy at Kedai Monggo Sedoyo Pinarak Bungah. Online promotion and word of mouth have been proven to simultaneously influence the buying interest of bungah people to buy at Shop Monggo Sedoyo Pinarak Bungah.*

**Keywords:** *online promotion, word of mouth, buying interest*

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim...

Puji syukur kehadirat tuhan yang maha esa yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayahnya, serta kepada kedua orang tua yang telah memberikan nasehat, dorongan, semangat, dan do'a yang tiadahenti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul “Pengaruh *Online Promotion Dan Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kedai Monggoh Sedoyo Pinarak Bungah Gresik”. Proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk melanjutkan ke skripsi dan untuk kelulusan Sarjana S1 pada program Strata-1 di Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu dr. Riski Dwi Prameswari, M.Kes. selaku Rektor Universitas Gresik.
2. Susan Novitasari Khodijah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu dan penuh kesabaran memberikan saran, bimbingan, serta pengaraha yang sangat bermanfaat sehingga penulisan proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Dini Kusumaningrum, S.Si., M.M., selaku Dosen Pembimbing II Universitas Gresik yang telah memberikan dorongan dan semangat sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf pengajar Program Studi Manajemen yang telah member bekal ilmu pengetahua nsehingga penulis dapat

menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini dengan baik..

5. Rekan-rekan Mahasiswa Program Studi Manajemen yang telah banyak memberikan masukan kepada penulis baik selama dalam mengikuti perkuliahan maupun selama penulisan proposal skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dan memberikan informasi dalam penyelesaian penulisan proposal skripsi ini.
7. Penulis menyadari proposal skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lebih lanjut.Amiin.

Gresik, 03 Januari 2022

Peneliti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	6
1.3    Tujuan Penelitian .....	7
1.4    Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1    Teoritis.....	7
1.4.2    Praktis .....	8
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1    Landasan Teori .....	9
2.1.1    Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2    Promosi.....	10
2.1.3 <i>Online Promotion</i> .....	11
2.1.4    Tujuan <i>Online Promotion</i> .....	12
2.1.5    Jenis <i>Online Promotion</i> .....	14
2.1.6    Fungsi <i>Online Promotion</i> .....	15
2.1.7    Indikator <i>Online Promotion</i> .....	15
2.1.8 <i>Word Of Mouth</i> .....	16
2.1.9    Jenis <i>Word Of Mouth</i> .....	17
2.1.10    Indikator <i>Word Of Mouth</i> .....	18
2.1.11    Minat Beli Konsumen.....	19
2.1.12    Indikator Minat Beli.....	19

2.2	Hubungan Antar Variabel.....	20
2.2.1	Hubungan Promosi Online Terhadap Minat Beli Konsumen .....	20
2.2.2	Hubungan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen.....	20
2.3	Penelitian Terdahulu .....	21
2.4	Kerangka Konseptual.....	25
2.5	Hipotesis .....	26
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>		<b>27</b>
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	27
3.2	Definisi Operasional Variabel .....	27
3.2.1	Variabel Independen (Variabel Bebas) .....	27
3.2.2	Variabel Dependend (Variabel Terikat) .....	28
3.3	Indikator Variabel Penelitian .....	28
3.4	Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.4.1	Populasi .....	29
3.4.2	Sampel .....	29
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5.1	Data Primer .....	31
3.5.2	Data Sekunder.....	32
3.6	Metode Analisis Data.....	32
3.6.1	Interval.....	33
3.6.2	Uji Validitas .....	33
3.6.3	Uji Reliabilitas.....	33
3.6.4	Analisis Korelasi .....	34
3.6.5	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.6	Analisa Regresi Linear Berganda .....	37
3.6.7	Uji Hipotesis .....	38
3.6.8	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	41
<b>BAB 4 PEMBAHASAN .....</b>		<b>42</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	42
4.1.1	Profil Perusahaan.....	42
4.1.2	Profil Produk.....	42

4.2	Waktu Penelitian.....	43
4.3	Hasil Penelitian .....	43
4.3.1	Deskripsi Karakteristik Responden .....	43
4.3.2	Statistik Deskriptif .....	48
4.3.3	Interval.....	49
4.3.4	Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Karakteristik Responden .....	50
4.3.5	Uji Validitas .....	62
4.3.6	Uji Reliabilitas.....	64
4.3.7	Analisis Korelasi .....	65
4.3.8	Uji Asumsi Klasik.....	66
4.3.9	Analisa Regresi Linier Berganda .....	74
4.3.10	Analisa Determinasi ( $R^2$ ) .....	76
4.3.11	Uji Hipotesis .....	77
4.4	Pembahasan Hasil .....	82
<b>BAB 5 PENUTUP.....</b>	<b>86</b>	
5.1	Kesimpulan .....	86
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	86
5.3	Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>	
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Sosial Media Yang Paling Banyak Digunakan .....	14
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual .....	25
Gambar 3. 1 Diagram Durbin Watson .....	35
Gambar 3. 2 Kurva Uji t.....	39
Gambar 3. 3 Kurva Uji F.....	41
<b>Gambar 4. 1 Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin ..</b>	<b>44</b>
<b>Gambar 4. 2 Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Usia .....</b>	<b>45</b>
<b>Gambar 4. 3 Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Pendapatan .....</b>	<b>46</b>
<b>Gambar 4. 4 Diagram Komposisi Konsumen Berdasarkan Pekerjaan .....</b>	<b>48</b>
Gambar 4. 5 Diagram Hasil Grafik Histogram .....	68
Gambar 4. 6 Diagram Hasil Grafik Normal Probability Plot .....	68
Gambar 4. 7 Diagram Hasil Uji Durbin Watson .....	70
<b>Gambar 4. 8 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 Uji-t Online Promotion .....</b>	<b>79</b>
<b>Gambar 4. 9 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan H0 Uji-t Word of Mouth .....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4. 10 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis Uji-F...</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3. 1 Indikator Variabel Penelitian .....	28
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert Online Promotion dan Word Of Mouth .....	32
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran Likert Online Promotion dan Word Of Mouth .....	33
Tabel 3. 4 Uji Autokorelasi.....	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
Tabel 4. 5 Tabel Statistik .....	48
Tabel 4. 6 Tabel Interval .....	49
Tabel 4. 7 Tabel Dasar Interpretasi Skor Rata-rata.....	49
Tabel 4. 8 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Iklan .....	50
Tabel 4. 9 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Sales Marketing .....	51
Tabel 4. 10 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Public Relations .....	52
Tabel 4. 11 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Direct Marketing .....	53
Tabel 4. 12 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Personal Selling ..	54
Tabel 4. 13 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Talkers .....	55
Tabel 4. 14 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Topics.....	56
Tabel 4. 15 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Tools .....	56
Tabel 4. 16 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Taking Part.....	57
Tabel 4. 17 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Tracking .....	58
Tabel 4. 18 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Minat Transaksional.....	59
Tabel 4. 19 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Minat Referensial .....	60
Tabel 4. 20 Tabel De .....TY]skripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Minat Preferensial .....	61
Tabel 4. 21 Tabel Deskripsi Variabel Penelitian Berdasarkan Minat Eksploratif .....	62
Tabel 4. 22 Tabel Hasil Uji Validitas Online Promotions .....	63
Tabel 4. 23 Tabel Hasil Uji Validitas Word Of Mouth.....	63
Tabel 4. 24 Tabel Hasil Uji Validitas Minat Beli .....	63
Tabel 4. 25 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4. 26 Tabel Hasil Analisis Korelasi .....	66

Tabel 4. 27 Tabel Hasil Uji Kolmogrov-smirnov .....	67
Tabel 4. 28 Tabel Hasil Uji Auto Korelasi .....	69
Tabel 4. 29 Tabel Hasil Uji Heteroskeditas .....	71
Tabel 4. 30 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas .....	72
Tabel 4. 31 Tabel Hasil Uji Linieritas variabel online promotions.....	73
Tabel 4. 32 Tabel Hasil Uji Linieritas Variabel Word Of Mouth.....	74
Tabel 4. 33 Tabel Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4. 34 Tabel Hasil Analisis Determinasi ( $R^2$ ).....	76
Tabel 4. 35 Tabel Hasil Uji-t.....	79
Tabel 4. 36 Tabel Hasil Uji F .....	81

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Izin.....	93
Lampiran 2 Surat Balasan .....	94
Lampiran 3 Penjelasan Dan Informasi (Informed Consent) .....	95
Lampiran 4 Instrumen Kuesioner.....	96
Lampiran 5 Hasil Uji Data.....	100
Lampiran 6 Tabulasi Data.....	108
Lampiran 7 Tabel F .....	115
Lampiran 8 Tabel Durbin Watson.....	116
Lampiran 9 Tabel T .....	117
Lampiran 10 Tabel R .....	118