

SKRIPSI

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*,
INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
LOYGI PASTRY & FRIEND GRESIK**



Diajukan oleh :
Reafley Marenjelo Pranbrigifa
NIM : 2022020046

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS GRESIK

GRESIK

2026

SKRIPSI
PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING,
INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA LOYGI PASTRY & FRIEND GRESIK

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



Diajukan oleh :
Reafley Marenjelo Pranbrigifa
NIM:2022020046

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GRESIK
GRESIK

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

Pengaruh *Social Media Marketing*, Inovasi Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Loygi Pastry & Friend Gresik

SKRIPSI

Diajukan oleh:

Reafley Marenjelo Pranbrigifa

NIM: 2022020046

Skripsi telah disetujui dan layak untuk diujikan pada Sidang Skripsi

.....
Oleh:

Pembimbing I



Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM., HC.
NUPTK. 2055770671130303

Pembimbing II



Umar Burhan, S.E., M.M.
NUPTK. 6850758659130130

Ketua Program Studi Manajemen



Umar Burhan, S.E., M.M.
NUPTK. 6850758659130130

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing*, Inovasi Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Loygi Pastry & Friend Gresik

Nama Mahasiswa : Reafley Marenjelo Pranbrigifa

NIM : 2022020046

Telah dipertahankan/diuji di hadapan tim Penguji pada tanggal :

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GRESIK

TA 2025/2026

TIM PENGUJI :

Mochamad Syafii, S.E., M.M.
NUPTK. 7461761662130152
Ketua

1. 

Adiba Fuad Syamlan, SE., MM.
NUPTK. 5856765666230242
Anggota I

2. 

Rachmad Ilham, S.Ant., M.PSDM., HC.
NUPTK. 2055770671130303
Anggota II

3. 

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Rachmad Ilham, S.Ant., M. PSDM. HC.
NUPTK. 2055770671130303

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Reafley Marenjelo Pranbrigifa

NIM : 2022020046

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Jenjang : Strata I (S1)

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing*, Inovasi Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Loygi Pastry & Friend Gresik.

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh **DIBATALKAN**, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Gresik, 10 Juni 2026

Yang Menyatakan,


(Reafley Marenjelo Pranbrigifa)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Social Media Marketing*, Inovasi Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Loygi Pastry & Friend Gresik”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.

Pemilihan Loygi Pastry & Friend Gresik sebagai objek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa usaha tersebut telah memanfaatkan media sosial, melakukan inovasi produk, serta berupaya meningkatkan kualitas layanan guna menarik minat dan keputusan pembelian konsumen di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat.

Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi dasar yang kuat dalam pelaksanaan penelitian selanjutnya serta memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya Kepada :

1. Bapak Dr. Rian Pramana Suwanda, S.STP., M.HP., selaku Rektor Universitas Gresik.
2. Bapak Rachmad Ilham, S.Ant. M.PSDM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Gresik.
3. Bapak Umar Burhan, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Gresik.

4. Bapak Rachmad Ilham, S.Ant. M.PSDM., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak Umar Burhan, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing II yang dengan sabar memberikan saran dan masukan yang berharga.
6. Seluruh dosen dan staf Universitas Gresik atas ilmu dan dukungan yang diberikan selama masa studi.
7. Kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan moral dan doa yang tiada henti.
8. Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada Nenek yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
9. Kepada Teman-teman seperjuangan dan semua pihak yang telah memberikan motivasi dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Penulis menyampaikan terima kasih kepada pasangan yang telah memberikan dukungan moral, motivasi, dan semangat selama proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tentu terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa yang akan datang.

Gresik, 06 Juli 2026

(Reafley Marenjelo Pranbrigifa)

Pengaruh *Social Media Marketing*, Inovasi Produk, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Loygi Pastry & Friend Gresik

Reafley Marenjelo Pranbrigifa

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gresik

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Social Media Marketing*, Inovasi Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Loygi Pastry & Friend Gresik. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Loygi Pastry & Friend periode Oktober–Desember 2025 sebanyak 2.300 konsumen. Sampel penelitian berjumlah 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dengan teknik non *Probability Sampling* melalui metode *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Loygi Pastry & Friend. Inovasi Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Layanan juga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan, *Social Media Marketing*, Inovasi Produk, dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *Social Media Marketing* merupakan variabel yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen Loygi Pastry & Friend, sedangkan variabel lainnya tidak menjadi faktor responden dalam melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus mengoptimalkan aktivitas pemasaran melalui media sosial yang didukung oleh pengembangan inovasi produk dan peningkatan kualitas layanan guna mendorong Keputusan Pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, Inovasi Produk, Kualitas Layanan, Keputusan pembelian.

***The Influence of Social Media Marketing, Product Innovation, and Service Quality
on Purchasing Decisions at Loygi Pastry & Friend, Gresik***

Reafley Marenjelo Pranbrigifa

Management Study Program, Faculty of Economics, Gresik University

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Social Media Marketing, Product Innovation, and Service Quality on Purchase Decisions among consumers of Loygi Pastry & Friend Gresik. This study employed a causal associative research design using a quantitative approach. The population consisted of all consumers of Loygi Pastry & Friend during the period of October to December 2025, totaling 2,300 consumers. A sample of 96 respondents was determined using the Slovin formula and selected using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. Data were collected through questionnaires distributed to respondents who met the predetermined research criteria. The data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, the t-test, the F-test, and the coefficient of determination (R^2) with the assistance of SPSS software. The results indicate that Social Media Marketing has a positive and significant effect on Purchase Decisions among consumers of Loygi Pastry & Friend. In contrast, Product Innovation does not have a positive and significant effect on Purchase Decisions. Likewise, Service Quality does not have a positive and significant effect on Purchase Decisions. Simultaneously, Social Media Marketing, Product Innovation, and Service Quality have a significant effect on Purchase Decisions. It can therefore be concluded that Social Media Marketing is the only independent variable that significantly influences consumers' Purchase Decisions at Loygi Pastry & Friend, whereas Product Innovation and Service Quality are not significant determinants of consumers' Purchase Decisions. Therefore, the company is encouraged to continuously optimize its social media marketing activities while enhancing product innovation and service quality to further strengthen consumers' Purchase Decisions.

***Keywords: Social Media Marketing, Product Innovation, Service Quality,
Purchasing Decisions.***

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9

2.1.	Landasan Teori	9
2.1.1.	Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2.	Bauran Pemasaran.....	9
2.1.3.	Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.1.4.	Indikator Keputusan Pembelian	13
2.1.5.	Pengertian <i>Social Media Marketing</i>	14
2.1.6.	Indikator Social Media Marketing	14
2.1.7.	Pengertian Inovasi Produk	15
2.1.8.	Indikator Inovasi Produk.....	15
2.1.9.	Pengertian Kualitas Layanan.....	17
2.1.10.	Indikator Kualitas Layanan	17
2.2.	Penelitian Terdahulu	19
2.3.	Kerangka Konseptual	24
2.4.	Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	28
3.2.	Definisi Operasional Variabel	28
3.2.1.	Variabel Bebas atau Independen Variabel	30
3.2.2.	Variabel Terikat atau Dependen Variabel.....	30
3.3.	Indikator variabel penelitian.....	30

3.4. Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	31
3.4.1. Populasi.....	31
3.4.2. Sampel.....	32
3.5. Metode Pengumpulan Data	33
3.5.1. Observasi.....	34
3.5.2. Kuesioner	34
3.6. Metode Analisis Data	35
3.5.3. Uji Validitas	35
3.5.4. Uji Reliabilitas	36
3.5.5. Interval	37
3.5.6. Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.7. Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.5.8. Uji Hipotesis	42
3.5.9. Koefisien Determinasi.....	43
BAB IV PEMBAHASAN.....	44
4.1. Hasil Penelitian	44
4.1.1. Deskripsi Lokasi / Obyek Penelitian.....	44
4.1.2. Deskripsi Responden.....	45
4.1.3. Interval	46
4.1.4. Deskripsi Variabel Penelitian.....	47

4.1.5.	Metode Analisis Data	59
4.1.6.	Uji Asumsi Klasik	63
4.1.7.	Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.1.8.	Uji Hipotesis	71
4.1.9.	Uji Koefisien Determinasi (R ²)	73
4.1.10.	Pembahasan	74
BAB V PENUTUP		77
5.1.	Kesimpulan	77
5.2.	Implikasi Penelitian	78
5.2.1.	Implikasi Teoritis	78
5.2.2.	Implikasi Praktis	79
5.3.	Keterbatasan Penelitian	80
5.4.	Saran	80
5.4.1.	Saran Untuk Loygi Pastry & Friend Gresik	81
5.4.2.	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA		83
Lampiran		87

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Indikator Variabel	30
Tabel 3. 2 Daftar Pembeli Loygi Pastry & Friend 2025.	32
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran.....	37
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden.....	45
Tabel 4. 2 Dasar Intreprestasi Skor Rata-Rata	47
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel <i>Social Media Marketing</i>	48
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Inovasi Produk	50
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan.....	53
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	56
Tabel 4. 7 Hasil Uji Deskriptif	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedasititas	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi.....	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas <i>Social Media Marketing</i>	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linearitas Inovasi Produk.....	68
Tabel 4. 16 Hasil Uji Linearitas Kualitas Layanan	69
Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
Tabel 4. 18 Hasil t hitung	71

Tabel 4. 19 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Anova	73
Tabel 4. 20 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Summary.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4. 1 Logo Loygi Pastry & Friend.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian.....	87
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 3. <i>Social Media Marketing</i>	93
Lampiran 4. Inovasi Produk	95
Lampiran 5. Tabulasi Data Kualitas Layanan.....	97
Lampiran 6. Tabulasi Data Keputusan Pembelian	99
Lampiran 7. Uji Statistik Deskriptif.....	101
Lampiran 8. Uji Validitas <i>Social Media Marketing</i>	102
Lampiran 9. Uji Validitas Inovasi Produk	102
Lampiran 10. Uji Validitas Kualitas Layanan.....	103
Lampiran 11. Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	103
Lampiran 12. Uji Reliabilitas <i>Social Media Marketing</i>	104
Lampiran 13. Uji Reliabilitas Inovasi Produk.....	104
Lampiran 14. Uji Reliabilitas Kualitas Layanan.....	104
Lampiran 15. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	104
Lampiran 16. Uji Normalitas	105
Lampiran 17. Uji Heteroskedasititas	105
Lampiran 18. Uji MultiKolinieritas	106
Lampiran 19. Uji Autokorelasi.....	106
Lampiran 20. Uji Linearitas <i>Social Media Marketing</i>	106
Lampiran 21. Uji Linearitas Inovasi Produk.....	106

Lampiran 22. Uji Linearitas Kualitas Layanan	106
Lampiran 23. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	107
Lampiran 24. Uji t	107
Lampiran 25. Uji F	107
Lampiran 26. Uji Koefisin Determinasi (R^2).....	107
Lampiran 27. Dokumentasi Penelitian	108
Lampiran 28. Kartu Bimbingan	109
Lampiran 29. Berita Acara	110
Lampiran 30. Hasil Cek Plagiasi.....	111