

**PENGARUH SOSIAL MEDIA, PELAYANAN, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI RESTORAN AYAM GEPREK BENSU
KOTA KUPANG**

SKRIPSI

Diakukan Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh

MARIA ORESTI TALLO

NIM : 32121117

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

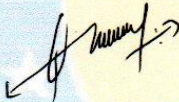
**PENGARUH SOSIAL MEDIA, PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RESTORAN
AYAM GEPREK BENSU KOTA KUPANG**

Yang Diajukan Oleh :

Nama : Maria Oresti Tallo
NIM : 32121117
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

**Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing dan diuji di Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik
Widya Mandira Kupang**

Pembimbing I



Maria A. Lopes Amaral, SE, MM

NIDN: 08 050793 02

Pembimbing II



Apryanus Fallo, SE, MM

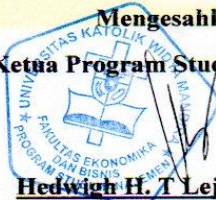
NIDN: 15 05049301

Kupang,

2025

Mengesahkan :

Ketua Program Studi Manajemen



Hedwigh H. T Lejap SE, MM

NIDN: 15 161093 01

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 17 Desember 2025
Jam : 11.00 – 13.00
Tempat : A 206
Nama : Maria Oresti Tallo
NIM : 32121117
Dinyatakan : LULUS

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Maria A. Lopes Amaral, SE, MM
2. Sekretaris : Apryanus Fallo, SE, MM
3. Penguji I : Selfiana Goetha, SE, MM
4. Penguji II : Engelbertus G. C. Watu, SE, MM
5. Penguji III : Maria A. Lopes Amaral, SE, MM

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Dr. Perseveranda, SE, M.Si
NIDN: 0819066703

Ketua Program Studi
Manajemen



Hedwigh H. T. Lejap, SE, MM
NIDN: 1516109301

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Maria Oresti Tallo
No Registrasi : 32121117
Fakultas/Program Studi : Ekonomika Dan Bisnis / Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH SOSIAL MEDIA, PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RESTORAN AYAM GEPREK BENSU KOTA KUPANG

Adalah benar – benar karya saya sendiri dan apabila dikemudian hari ditemukan unsur-unsur plagiarisme, maka saya bersedia diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kupang, Desember 2025



Maria Oresti Tallo

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Setiap usaha yang baik akan menghasilkan kebaikan"

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kepada Tuhan Yesus dan Bunda Maria yang selalu setia melindungi dan menyertai penulis.
2. Kepada orang tua tercinta Bapak Timotius Tallo Mama Maria Funan, saudari tercinta tercinta kaka Selvy Tallo, kaka Aleksius Darman, Mama Agustina Mea Ulu dan Bapak Marius Bere yang telah mendoakan, memotivasi dan memberikan dukungan serta perhatian kepada penulis.
3. Kepada Ibu Pembimbing I dan Bapak Pembimbing II, yang sudah menyempatkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini.
4. Teman-teman seangkatan manajemen 2021 yang selalu membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
5. Amater Tercinta Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan perlindungannya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi inidengan baik dan dalam keadaan sehat. Skripsi dengan judul Pengaruh Sosial Media, Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembellian Konsumen Di Restoran Ayam Geprek Benu Kota Kupang. .Diajukan guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana manajemen pada program studi manajemen konsentrasi manajemen pemasaran, fakultas ekonimika dan bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Setelah selesai penyusunan skripsi ini, disampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Pater Dr. Stefanus Lio,SVD.,S.Fil.,M.A selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M. E. Perseveranda, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Bapak Dr. Marius Masri, SE.,M.Si dan Ibu Anggreany Paridy, SE, M.Si selaku wakil Dekan I dan II, yang telah membimbing dan memberikan perhatian, dukungan, motivasi sertapelayanan administrasi akademik selama kuliah di Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

3. Bapak Hedwigh H.T. Lejap, SE,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan, motivasi dan masukan yang sangat membantu selama mengikuti perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Maria A. Lopes Amaral, SE,MM selaku dosen pembimbing I yang sudah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran dalam membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Apryanus Fallo, SE.MM selaku dosen pembimbing II yang sudah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran dalam membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Selfiana Goetha, SE.MM sebagai penguji I yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan saran dan masukan dalam perbaikan skripsi ini.
7. Bapak Engelbertus G.C. Watu SE. MM, sebagai penguji II yang telah meluangkan waktu untuk menguji dan memberikan saran dan masukan dalam perbaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan bekal ilmu selama mengikuti perkuliahan.
9. Ibu Getrudis Kase, A.Md selaku Kepala Tata Usaha, Ibu Angelina Penun, SH selaku pegawai Tata Usaha Program Studi Manajemen dan seluruh Staf

Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.

10. Bapak Timotius Tallo dan Ibu Maria Funan sebagai orang tua kandung yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, dan selalu mendoakan keberhasilan, untuk meraih gelar Sarjana Manajemen ini.
11. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2021 atas segala dukungan, motivasi dan sebagai teman diskusi dan berbagi suka duka.
12. Semua pihak yang membantu penelitian ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari harapan kita semua. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurnaan tulisan ini sangat diharapkan.

Kupang,...2026

Penulis

ABSTRAK

Maria Oresti Tallo NIM (32121117) dengan judul PENGARUH SOSIAL MEDIA, PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RESTORAN AYAM GEPREK BENSU KOTA KUPANG. Di bawah bimbingan ibu Maria A. Lopes Amaral, SE.MM selaku pembimbing 1, dan bapak Apryanus Fallo, SE.MM selaku pembimbing 2.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh sosial media, pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran ayam geprek bensu kota Kupang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota kupang yang telah atau pernah memutuskan untuk membeli di Restoran Ayam Geprek Bensu Kota Kupang yang jumlahnya belum diketahui secara pasti. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 90 orang. Karena jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti, maka jumlah sampel ideal dan representatif dihitung dengan mengalikan jumlah indikator penelitian dari 5 hingga 10. Dalam penelitian ini, jumlah indikator adalah 15, dan nilai yang ditentukan adalah 6. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini dapat dihitung dengan formula indikator $15 \times 6 = 90$. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil sampel 90 pembeli, yang cukup mewakili populasi untuk penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan analisis kuantitatif.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan keputusan pembelian konsumen, sosial media, pelayanan, dan kualitas produk termasuk dalam kategori sangat baik dan baik. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel sosial media berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di restoran ayam geprek bensu kota kupang. Hal ini dilihat dari nilai signifikannya sebesar $0,036 < 0,05$, variabel pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Ayam Geprek Bensu Kota Kupang. Hal ini ditunjukkan dalam nilai signifikan sebesar $0,051 > 0,05$, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Restoran Ayam Geprek Bensu Kota Kupang. Hal ini ditunjukkan dalam hasil nilai signifikan $0,000 > 0,05$. Hasil uji simultan (uji F) menunjukan variabel social media, pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di resto geprek bensu kota kupang dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Media Sosial, Pelayanan, Motivasi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Konsumen.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGASAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
2.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Bauran Pemasaran	8
2.2 Keputusan Pembelian.....	10
2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	10
2.2.2 Faktor- faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	10

2.2.3	Indikator Keputusan Pembelian	11
2.3	Sosial Media.....	13
2.3.1	Pengertian media sosial.....	13
2.3.2	Indikator media sosial	13
2.4	Pelayanan	15
2.4.1	Pengertian pelayanan	15
2.4.2	Indikator pelayanan.....	16
2.5	Kualitas Produk.....	17
2.5.1	Pengertian kualitas produk.....	17
2.5.2	Indikator kualitas produk	18
2.6	Penelitian Terdahulu.....	19
2.7	Kerangka Berpikir.....	21
2.8	Pengembangan Hipotesis	22
BAB III	METODE PENELITIAN	27
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.2	Populasi dan Sampel	27
3.2.1	Populasi	27
3.2.2	Sampel	27
3.3	Jenis Data	28
3.3.1	Data Menurut Sumbernya.....	28
3.3.2	Jenis Data Menurut Sifat	29
3.4	Metode Pengumpulan Data	26
3.4.1	Kuesioner.....	26

3.5 Definisi Operasional Variabel	26
3.6 Uji Instrumen Penelitian	27
3.7 Teknik Analisis Data	28
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	28
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.4 Uji Hipotesis	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	40
4.2 Karakteristik Responden	41
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Setiap Bulan	44
4.3 Metode Analisis Data	45
4.3 Uji Instrumen.....	51
4.3.1 Uji Validitas.....	51
4.5 Uji Reliabilitas	52
4.6 Uji Asumsi Klasik	53
4.6.1 Uji Normalitas	53
4.6.2 Uji Multikolinearitas.....	55
4.6.3 Uji Heterokedastisitas	56
4.7 Metode Analisis Data.....	57

4.7.1 Regresi Linear Berganda.....	57
4.8 Hasil Uji Hipotesis	59
4.8.1 Uji t	59
4.8.2 Uji F	60
4.8.3 Uji Koefisien Determinasi.....	62
4.9 Penjelasan Hipotesis	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1. Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pendapatan Restoran Ayam Geprek Benu Kota Kupang Tahun 2024.....	3
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran ...	30
Tabel 4.1 Kategori Gambaran Sosial Media (X1)	47
Tabel 4.2 Kategori Gambaran Pelayanan (X2)	48
Tabel 4.3 Kategori Gambaran Kualitas Produk (X3)	49
Tabel 4.4 Kategori Gambaran Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	50
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	51
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.7 Uji Normalitas	54
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.10 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.11 Uji Parsial (uji t).....	60
Tabel 4.12 Uji Simultan (Uji F)	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	22
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4.2 Karakterisrik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 4.3 Karakterisrik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44