

## **SKRIPSI**

# **PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen Minuman Street Boba Citraland Banjarmasin)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh:  
**SRI JATI PARASWATI**  
**NIM: 1910412220019**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**BANJARMASIN**  
**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

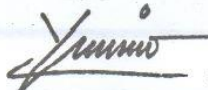
### PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada Konsumen Minuman Street Boba Citraland Banjarmasin)

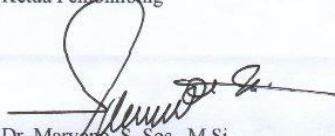
- A. Nama Mahasiswa : Sri Jati Paraswati  
Nim : 1910412220019
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji :
- a. Pembimbing  
Dr. Maryono, S. Sos., M.Si  
NIP.197606132006041001
  - b. Penguji I  
Dr. Taharuddin, S. Sos., MM  
NIP.197401102000031001
  - c. Penguji II  
Dr. Setio Utomo, S.Sos., M.AB  
NIP. 197604132000121002

Banjarmasin, 27 Juli 2023

Koordinator  
Prodi Administrasi Bisnis

  
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB  
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing

  
Dr. Maryono, S. Sos., M.Si  
NIP. 197606132006041001

Mengetahui  
Dekan FISIP Universitas Lambung Mangkurat

  
Prof. Dr. H. Budi Survadi, S.Sos, M.Si  
NIP. 197301221998021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Pada hari ini Rabu tanggal 07 bulan Juni tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3003/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 30 Mei 2023 untuk menguji skripsi :

|                       |                                                                                                                                                   |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama                  | : Sri Jati Paraswati                                                                                                                              |
| NIM                   | : 1910412220019                                                                                                                                   |
| Jurusan/Program Studi | : Administrasi Bisnis                                                                                                                             |
| Judul Skripsi         | : Pengaruh Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Minuman Street Boba Citraland Banjarmasin) |
| Tempat Ujian          | : Ruang Sidang 1                                                                                                                                  |
| Waktu Ujian           | : 11.00 Wita s.d Selesai                                                                                                                          |
| Nilai                 | : <b>80 CA</b>                                                                                                                                    |
| Dinyatakan            | : Lulus / <del>Tidak Lulus</del>                                                                                                                  |

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 07 Juni 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

1. Ketua : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
2. Sekretaris : Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
3. Anggota : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB

Sri Jati Paraswati

Mengetahui/membenarkan :  
Dekan

Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Dr. Nida Widyanti, S.Sos, M.AB  
NIP. 19751105 200112 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

## SURAT TUGAS

Nomor : 3003/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin  
memugaskan Saudara/i :

1. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
2. Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
3. Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung  
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Sri Jati Paraswati  
NIM : 1910412220019  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk  
Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen  
Minuman Street Boba Citraland Banjarmasin)

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 07 Juni 2023  
J a m : 11.00 Wita s.d Selesai  
T e m p a t : Ruang Sidang I

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 30 Mei 2023  
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP 197301221998021001



Berat  
Seri Elektronik  
Elektronik

Catatan:

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR PENILAIAN UJIAN  
MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si  
Jabatan : Dosen FISIP ULM  
Bertindak sebagai : Ketua / Anggota Tim Penguji

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Sri Jati Paraswati  
NIM : 1910412220019  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Minuman Street Boba Citraland Banjarmasin)

| No.    | Komponen Penilaian | Nilai Komponen | Bobot |
|--------|--------------------|----------------|-------|
| 1.     | Materi Skripsi     |                | 30%   |
| 2.     | Penulisan Skripsi  |                |       |
| 3.     | Presentasi Skripsi |                | 60%   |
| 4.     | Pengetahuan Umum   |                | 10%   |
| Jumlah |                    |                |       |
| Nilai  |                    | =              |       |

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Banjarmasin, 07 Juni 2023  
Ketua/Anggota Tim Penguji,

Dr. Maryono, S.Sos, M.Si

Catatan :

| Angka    | Nilai | Bobot |
|----------|-------|-------|
| 80 - 100 | A     | 4,00  |
| 77 - 79  | A -   | 3,75  |
| 75 - 76  | B+    | 3,50  |
| 70 - 74  | B     | 3,00  |
| 66 - 69  | B -   | 2,75  |
| 61 - 65  | C+    | 2,50  |
| 55 - 60  | C     | 2,00  |
| 50 - 54  | D+    | 1,50  |
| 40 - 49  | D     | 1,00  |
| 0 - 39   | E     | 0     |



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR PENILAIAN UJIAN  
MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Taharuddin, S.Sos, MM  
Jabatan : Dosen FISIP ULM  
Bertindak sebagai : Ketua / Anggota Tim Penguji

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Sri Jati Paraswati  
NIM : 1910412220019  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Minuman Street Boba Citraland Banjarmasin)

| No.    | Komponen Penilaian | Nilai Komponen | Bobot |
|--------|--------------------|----------------|-------|
| 1.     | Materi Skripsi     |                | 30%   |
| 2.     | Penulisan Skripsi  |                |       |
| 3.     | Presentasi Skripsi |                | 60%   |
| 4.     | Pengetahuan Umum   |                | 10%   |
| Jumlah |                    |                |       |
| Nilai  |                    | =              |       |

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Banjarmasin, 07 Juni 2023

Ketua/Anggota Tim Penguji,

Dr. Taharuddin, S.Sos, MM

Catatan :

| Angka    | Nilai | Bobot |
|----------|-------|-------|
| 80 - 100 | A     | 4,00  |
| 77 - 79  | A-    | 3,75  |
| 75 - 76  | B+    | 3,50  |
| 70 - 74  | B     | 3,00  |
| 66 - 69  | B-    | 2,75  |
| 61 - 65  | C+    | 2,50  |
| 55 - 60  | C     | 2,00  |
| 50 - 54  | D+    | 1,50  |
| 40 - 49  | D     | 1,00  |
| 0 - 39   | E     | 0     |



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR PENILAIAN UJIAN  
MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB  
Jabatan : Dosen FISIP ULM  
Bertindak sebagai : Ketua / Anggota Tim Penguji

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Sri Jati Paraswati  
NIM : 1910412220019  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Minuman Street Boba Citraland Banjarmasin)

| No.    | Komponen Penilaian | Nilai Komponen | Bobot |
|--------|--------------------|----------------|-------|
| 1.     | Materi Skripsi     |                | 30%   |
| 2.     | Penulisan Skripsi  |                |       |
| 3.     | Presentasi Skripsi |                | 60%   |
| 4.     | Pengetahuan Umum   |                | 10%   |
| Jumlah |                    |                |       |
| Nilai  |                    | =              |       |

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Banjarmasin, 07 Juni 2023  
Ketua/Anggota Tim Penguji,

Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB

Catatan :

| Angka    | Nilai | Bobot |
|----------|-------|-------|
| 80 - 100 | A     | 4,00  |
| 77 - 79  | A-    | 3,75  |
| 75 - 76  | B+    | 3,50  |
| 70 - 74  | B     | 3,00  |
| 66 - 69  | B-    | 2,75  |
| 61 - 65  | C+    | 2,50  |
| 55 - 60  | C     | 2,00  |
| 50 - 54  | D+    | 1,50  |
| 40 - 49  | D     | 1,00  |
| 0 - 39   | E     | 0     |



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA  
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Sri Jati Paraswati  
NIM : 1910412220019  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Minuman Street Boba Citraland Banjarmasin)

| No.             | Nama Penguji                 | Nilai | Tanda Tangan         |
|-----------------|------------------------------|-------|----------------------|
| 1.              | Dr. Maryono, S.Sos, M.Si     | 80    |                      |
| 2.              | Dr. Taharuddin, S.Sos, MM    | 80    |                      |
| 3.              | Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB | 80    |                      |
| Jumlah          |                              | 240   |                      |
| Nilai Rata-rata |                              |       | Nilai Akhir = 80 (A) |

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 07 Juni 2023

Catatan :

| Angka    | Nilai | Bobot |
|----------|-------|-------|
| 80 – 100 | A     | 4,00  |
| 77 – 79  | A–    | 3,75  |
| 75 – 76  | B+    | 3,50  |
| 70 – 74  | B     | 3,00  |
| 66 – 69  | B–    | 2,75  |
| 61 – 65  | C+    | 2,50  |
| 55 – 60  | C     | 2,00  |
| 50 – 54  | D+    | 1,50  |
| 40 – 49  | D     | 1,00  |
| 0 – 39   | E     | 0     |

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa akhirnya skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Minuman Street Boba Citraland Banjarmasin)” ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak. Untuk itu sudah selayaknya apabila pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E, M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
4. Bapak Dr. Maryono, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing, bapak Dr. Taharuddin, S.Sos, MM selaku dosen penguji 1, bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku dosen penguji 2.
5. Kedua orang tua (mama ku Hj Asniah dan alm. Bapa ku Junaidi) serta saudara tercinta (rika nuryanti, almh. Dewi juni astuti, dan indrawati) yang selalu mendorong dan memberikan do’a restunya dalam pembuatan.
6. Seluruh Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan

Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan mendidik peneliti dengan penuh kesabaran.

7. Kepada Civitas akademik dan Staff di Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
8. Dan tak lupa untuk teman-teman ku semua juga terutama yang seperjuangan dalam menjalani perkuliahan sejak masuk sampai skripsian, makasih semangat nya guys.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik serta saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, Desember 2022

Penulis

## PERSEMBAHAN

Masyaallah Tabarakallah, alhamdulillah yaallah yang maha esa hamba panjatkan selalu puji dan syukur atas berkah sehat, rezeki, kebahagiaan, dan kelancaran yang engkau berikan kepada hamba selama proses perkuliahan hamba sejak awal masuk hingga selesai wisuda.

Yang paling pertama dan utama aku juga aku berterima kasih kepada kedua orang tua ku yang paling aku cintai, sayangi, dan hal paling berharga yang aku miliki di dunia ini yaitu mama ku ibu **hj asniah**, dan almarhum bapa ku **junaidi**. Selesai nya skripsi ini karna restu, ridho, dan hebat nya doa dari orang tua ku, terutama mama yang setiap saat selalu mendoakan setiap langkah ku dan aku yakin alm bapa ku dari atas sana juga selalu menyertai doa nya untuk ku. Kedua orang tua ku adalah orang tua yang luar biasa, meskipun mama single parents namun tidak pernah mengeluh dalam berusaha memberikan semuanya apalagi pendidikan terbaik untuk anak-anak nya. Mama ku panutan terhebat. Papa ku juga papa terhebat, dari nya aku belajar sabar dan berjuang. Skripsi ini adalah awal dari kisah perjalanan kehidupan dewasa ku, aku berharap bisa memberikan yang terbaik untuk orang tua ku. Semoga ilmu yang ku dapat selama perkuliahan ini bisa berkah untuk karir dan hidup ku kedepannya.

Rasa terima kasih ini juga aku ucapkan pada seluruh keluarga ku, kepada kaka-kaka ku rika nuryanti, almarhumah dewi juni astuti, dan indrawati. Semangat serta kasih sayang mereka membuat ku semakin kuat berproses menjadi lebih baik. Terima kasih juga kepada teman-teman ku yang senantiasa menemani haha hihi ku jikalau sedang mumet skripsian, tak lupa terima kasih kepada para hamba allah yang baik yang tidak dapat disebut Namanya. Thanks ya semangat dan support nya.

Akhiran nya saya akhiri dengan sebuah pantun,

*Tidur nyenyak diatas ranjang*

*Air mengalir dikolam ikan*

*Persembahan ini memang agak panjang*

*Tapi tetap sangat menyenangkan*

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah disitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 10 Maret 2023  
Yang membuat pernyataan,

Sri Jati Paraswati  
NIM: 1910412220019

## ABSTRAK

Sri Jati Paraswati, 1910412220019, 2023. Pengaruh Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Minuman Street Boba Citraland Banjarmasin), di bawah bimbingan Maryono.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial dan simultan Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Minuman Street Boba Citraland Banjarmasin).

Dalam proses pengenalan produk tentunya dibutuhkan strategi yang tepat agar dikenal masyarakat luas. Promosi merupakan aktifitas guna menginformasikan, mengingatkan serta membujuk konsumen akan produk yang dipasarkan secara langsung maupun tidak langsung. Posisi Street Boba Citraland Banjarmasin yang sedang dalam masa tumbuh masih sederhana dalam mengelola usahanya baik dari penggunaan teknologi informasi maupun fasilitas produksi yang digunakan. Indikasi permasalahan tersebut di tengah situasi persaingan yang sangat ketat menunjukkan bahwa Street Boba Citraland Banjarmasin memerlukan langkah strategis untuk dapat mengembangkan usahanya.

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian bersifat Eksplanatori. Penelitian ini berlokasi di Street Boba Citraland Banjarmasin. Sampel yang diteliti sebanyak 96 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini adalah melalui kuesioner dengan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan SPSS Versi 25.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi media sosial dan keragaman produk berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian konsumen Street Boba Citraland Banjarmasin.

Kata kunci: promosi media sosial, keragaman produk, keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*Sri Jati Paraswati, 1910412220019, 2023. The Effect of Social Media Promotion and Product Diversity on Purchasing Decisions (Study on Beverage Consumers on Street Boba Citraland Banjarmasin), under guidance Maryono.*

*This study aims to determine and test the significant effect partially and simultaneously Social Media Promotion and Product Diversity on Purchasing Decisions (Study on Beverage Consumers on Street Boba Citraland Banjarmasin).*

*In the product introduction process, of course, the right strategy is needed to be known by the wider community. Promotion is an activity to inform, remind and persuade consumers of products that are marketed directly or indirectly. The position of Street Boba Citraland Banjarmasin, which is still in its infancy, is still simple in managing its business, both from the use of information technology and the production facilities used. Indications of these problems in the midst of a very tight competition situation show that Street Boba Citraland Banjarmasin requires strategic steps to be able to develop its business.*

*The research approach is a quantitative approach with explanatory research type. This research is located on Street Boba Citraland Banjarmasin. The sample studied was 96 respondents using a purposive sampling technique. Collecting data in this study is through a questionnaire with a Likert scale. The data analysis technique using multiple linear regression analysis with SPSS Version 25.0.*

*The results of the study show that social media promotion and product variety have an effect both partially and simultaneously on consumer purchasing decisions on Street Boba Citraland Banjarmasin.*

*Keywords: social media promotion, product variety, purchase decision*

## DAFTAR ISI

|                                                                        |      |
|------------------------------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                                                    | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                                | ii   |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....                                       | iii  |
| KATA PENGANTAR .....                                                   | iv   |
| LEMBAR PERSEMBAHAN .....                                               | v    |
| BIODATA .....                                                          | xii  |
| PERNYATAAN ORISINALITAS .....                                          | vi   |
| ABSTRAK .....                                                          | vii  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                                  | viii |
| DAFTAR ISI .....                                                       | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                                                     | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                    | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                  | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                                | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                               | 1    |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                                            | 8    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                            | 9    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                                           | 9    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                                          | 11   |
| 2.1 Landasan Teori .....                                               | 11   |
| 2.1.1 Strategi Manajemen Pemasaran .....                               | 11   |
| 2.1.2 Bauran Pemasaran .....                                           | 14   |
| 2.1.3 Bauran Promosi .....                                             | 24   |
| 2.1.4 Promosi Media Sosial .....                                       | 27   |
| 2.1.5 Keragaman Produk .....                                           | 41   |
| 2.1.6 Perilaku Konsumen .....                                          | 43   |
| 2.1.7 Keputusan Pembelian .....                                        | 45   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                                         | 48   |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel untuk Membangun Hipotesis Penelitian ..... | 56   |
| 2.4 Model Penelitian .....                                             | 58   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                                        | 60   |
| 3.1 Pendekatan Penelitian .....                                        | 60   |
| 3.2 Desain Penelitian .....                                            | 60   |
| 3.3 Lokasi Penelitian .....                                            | 60   |
| 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian .....                               | 61   |
| 3.5 Teknik Sampling .....                                              | 62   |
| 3.6 Definisi Operasional Variabel .....                                | 62   |
| 3.7 Teknik Pengumpulan Data .....                                      | 66   |
| 3.8 Teknik Analisa Data .....                                          | 67   |
| BAB IV HASIL PENELITIAN .....                                          | 74   |
| 4.1 Gambaran Umum Responden .....                                      | 73   |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....                                   | 77   |
| 4.2.1 Promosi Media Sosial .....                                       | 77   |

|                                                                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.2.2 Keragaman Produk .....                                                                                                                 | 86  |
| 4.2.3 Keputusan Pembelian .....                                                                                                              | 95  |
| 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....                                                                                     | 102 |
| 4.3.1 Uji Validitas Instrumen .....                                                                                                          | 102 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen .....                                                                                                       | 104 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik .....                                                                                                                  | 104 |
| 4.5 Pengujian Hipotesis .....                                                                                                                | 110 |
| 4.5.1 Persamaan Regresi Linear Berganda .....                                                                                                | 110 |
| 4.5.2 Uji T .....                                                                                                                            | 111 |
| 4.5.3 Uji F .....                                                                                                                            | 113 |
| 4.5.4 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                                                                                  | 113 |
| 4.5.5 Diagram Koefisien Penelitian .....                                                                                                     | 114 |
| BAB V PEMBAHASAN .....                                                                                                                       | 116 |
| 5.1 Pembahasan Hasil Penelitian .....                                                                                                        | 116 |
| 5.1.1 Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian<br>Konsumen Street Boba Citraland Banjarmasin .....                         | 116 |
| 5.1.2 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian<br>Konsumen Street Boba Citraland Banjarmasin .....                             | 118 |
| 5.1.3 Pengaruh Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk Terhadap<br>Keputusan Pembelian Konsumen Street Boba Citraland<br>Banjarmasin ..... | 119 |
| 5.2 Implikasi Hasil Penelitian .....                                                                                                         | 120 |
| 5.2.1 Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian ...                                                                         | 120 |
| 5.2.2 Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....                                                                           | 121 |
| 5.2.3 Pengaruh Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk Terhadap<br>Keputusan Pembelian .....                                               | 122 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian .....                                                                                                            | 129 |
| BAB VI PENUTUP .....                                                                                                                         | 130 |
| 6.1 Kesimpulan .....                                                                                                                         | 130 |
| 6.2 Saran .....                                                                                                                              | 131 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                                         | 132 |
| LAMPIRAN .....                                                                                                                               | 133 |

## DAFTAR TABEL

| No.        | Judul                                                                                                         | Hal |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 1.1  | Keragaman Produk Minuman Boba .....                                                                           | 4   |
| Tabel 1.2  | Penjualan Street Boba Citraland Banjarmasin tahun 2021 .....                                                  | 6   |
| Tabel 3.1  | Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....                                                                          | 64  |
| Tabel 3.2  | Kategori Jawaban Responden .....                                                                              | 68  |
| Tabel 4.1  | Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                                                                | 74  |
| Tabel 4.2  | Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                                            | 75  |
| Tabel 4.3  | Gambaran Responden Berdasarkan Usia .....                                                                     | 75  |
| Tabel 4.4  | Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....                                                      | 76  |
| Tabel 4.5  | Gambaran Responden Berdasarkan Penghasilan .....                                                              | 76  |
| Tabel 4.6  | Tanggapan Responden Pada Aspek Kejelasan dan Dapat<br>Menggambarkan Produk .....                              | 77  |
| Tabel 4.7  | Tanggapan Responden Pada Aspek Promosi Media Sosial<br>yang Menarik .....                                     | 78  |
| Tabel 4.8  | Tanggapan Responden Pada Aspek Penyampaian yang<br>Mudah Dipahami .....                                       | 79  |
| Tabel 4.9  | Tanggapan Responden Pada Aspek Penjelasan yang Menarik                                                        | 80  |
| Tabel 4.10 | Tanggapan Responden Pada Aspek Penjelasan yang Jelas dan<br>Sesuai Dengan Kenyataan .....                     | 80  |
| Tabel 4.11 | Tanggapan Responden Pada Aspek Produk yang Mudah<br>Diingat .....                                             | 81  |
| Tabel 4.12 | Tanggapan Responden Pada Aspek Keramahan Dalam<br>Menanggapi Komentar .....                                   | 82  |
| Tabel 4.13 | Tanggapan Responden Pada Aspek Cepat Dalam<br>Memberikan Informasi Ketika Ada Promo .....                     | 83  |
| Tabel 4.14 | Tanggapan Responden Pada Aspek Cepat Dalam<br>Memberikan Informasi Ketika Ada Produk Baru .....               | 84  |
| Tabel 4.15 | Tanggapan Responden Pada Aspek Memberikan <i>Follow-Back</i>                                                  | 85  |
| Tabel 4.16 | Tanggapan Responden Pada Aspek Memberikan <i>Like-Back</i> ..                                                 | 85  |
| Tabel 4.17 | Tanggapan Responden Pada Aspek Menanggapi Komentar<br><i>Followers</i> .....                                  | 86  |
| Tabel 4.18 | Rata-Rata Indikator dan Variabel Promosi Media Sosial.....                                                    | 87  |
| Tabel 4.19 | Tanggapan Responden Pada Aspek Menawarkan Berbagai<br>Macam Ukuran Pada Setiap Jenis Produk Yang Dijual ..... | 88  |
| Tabel 4.20 | Tanggapan Responden Pada Aspek Ukuran Produk yang<br>Disediakan Sudah Sesuai Dengan Porsi Konsumen .....      | 89  |
| Tabel 4.21 | Tanggapan Responden Pada Aspek Keragaman Jenis Produk                                                         | 89  |
| Tabel 4.22 | Tanggapan Responden Pada Aspek Keterediaan Ragam Jenis<br>Produk .....                                        | 90  |
| Tabel 4.23 | Tanggapan Responden Pada Aspek Tingkatan Kelas Bahan<br>Produk yang Baik .....                                | 91  |

|            |                                                                                                                                |     |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4.24 | Tanggapan Responden Pada Aspek Selalu Mempertahankan Produk Dengan Tingkatan Kelas Bahan Produk yang Baik Bagi Konsumen .....  | 92  |
| Tabel 4.25 | Tanggapan Responden Pada Aspek Desain Produk yang Menarik dan Beragam .....                                                    | 93  |
| Tabel 4.26 | Tanggapan Responden Pada Aspek Selalu Menyediakan Desain Produk yang Menarik dan Beragam .....                                 | 93  |
| Tabel 4.27 | Tanggapan Responden Pada Aspek Menawarkan Kualitas Tingkatan Produk yang Beragam .....                                         | 94  |
| Tabel 4.28 | Tanggapan Responden Pada Aspek Selalu Menyediakan Kualitas Tingkatan Produk yang Beragam .....                                 | 95  |
| Tabel 4.29 | Rata-Rata Indikator dan Variabel Keragaman Produk.....                                                                         | 96  |
| Tabel 4.30 | Tanggapan Responden Pada Aspek Pengalaman Orang Lain                                                                           | 97  |
| Tabel 4.31 | Tanggapan Responden Pada Aspek Saran Orang Lain .....                                                                          | 98  |
| Tabel 4.32 | Tanggapan Responden Pada Aspek Ingin Mengetahui Berbagai Harga Produknya .....                                                 | 99  |
| Tabel 4.33 | Tanggapan Responden Pada Aspek Ingin Mencoba Manfaat Dari Produk Tersebut .....                                                | 100 |
| Tabel 4.34 | Tanggapan Responden Pada Aspek Membeli Produk Hanya Ketika Memiliki Kelebihan Keuangan .....                                   | 101 |
| Tabel 4.35 | Tanggapan Responden Pada Aspek Berbelanja di Street Boba Citraland Merupakan Pilihan Alternatif Untuk Memenuhi Kebutuhan ..... | 102 |
| Tabel 4.36 | Tanggapan Responden Pada Aspek Berbelanja di Street Boba Citraland Membuat Hidup Lebih Praktis .....                           | 105 |
| Tabel 4.37 | Tanggapan Responden Pada Aspek Melakukan Perbandingan Dengan Toko Lain .....                                                   | 105 |
| Tabel 4.38 | Hasil Uji Validitas Instrumen Promosi Media Sosial ( $X_1$ ) .....                                                             | 106 |
| Tabel 4.39 | Hasil Uji Validitas Instrumen Keragaman Produk ( $X_2$ ) .....                                                                 | 106 |
| Tabel 4.40 | Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....                                                                | 110 |
| Tabel 4.41 | Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....                                                                                         | 111 |
| Tabel 4.42 | Hasil Uji Normalitas Data .....                                                                                                | 111 |
| Tabel 4.43 | Hasil Uji Multikolinearitas Data .....                                                                                         | 113 |
| Tabel 4.44 | Hasil Uji Heterokedastisitas Data .....                                                                                        | 114 |
| Tabel 4.45 | Koefisien Persamaan Regresi Linear Berganda .....                                                                              | 115 |
| Tabel 4.46 | Hasil Uji Regresi Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian .....                                                      | 116 |
| Tabel 4.47 | Hasil Uji Regresi Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....                                                          | 117 |
| Tabel 4.48 | Uji F Antara Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....                                      | 118 |
| Tabel 4.49 | Koefisien Determinasi .....                                                                                                    | 118 |

## DAFTAR GAMBAR

| No.         | Judul                                                           | Hal |
|-------------|-----------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1.1  | Menu Steet Boba .....                                           | 5   |
| Gambar 1.2  | Berbagai promo yang dilakukan oleh media sosial Street Boba     | 7   |
| Gambar 2.1  | Model Perilaku Kosumen .....                                    | 44  |
| Gambar 2.2  | Desain dan Hasil Penelitian Nilly <i>et al</i> (2020) .....     | 48  |
| Gambar 2.3  | Desain dan Hasil Penelitian Rachmawati & Patrikha (2021) ...    | 49  |
| Gambar 2.4  | Desain dan Hasil Penelitian Handhoko (2021) .....               | 50  |
| Gambar 2.5  | Desain dan Hasil Penelitian Ramadhani & Ikhsan (2022) .....     | 51  |
| Gambar 2.6  | Desain dan Hasil Penelitian Novry & Nainggolan (2021) .....     | 52  |
| Gambar 2.7  | Desain dan Hasil Penelitian Wu <i>et al</i> (2019) .....        | 52  |
| Gambar 2.8  | Desain dan Hasil Penelitian Nur <i>et al</i> (2022) .....       | 53  |
| Gambar 2.9  | Desain dan Hasil Penelitian Bamini <i>et al</i> (2022) .....    | 54  |
| Gambar 2.10 | Desain dan Hasil Penelitian Irem (2012) .....                   | 55  |
| Gambar 2.11 | Desain dan Hasil Penelitian Richardoa <i>et al</i> (2020) ..... | 55  |
| Gambar 2.12 | Desain Model Penelitian .....                                   | 59  |
| Gambar 4.1  | Kurva Normalitas Data .....                                     | 105 |
| Gambar 4.2  | <i>Normal Probability Plot</i> Data .....                       | 106 |
| Gambar 4.3  | Sebaran <i>Scatterplot</i> Data .....                           | 109 |
| Gambar 4.4  | Diagram Koefisien Hasil Penelitian .....                        | 115 |

## DAFTAR LAMPIRAN

| No.         | Judul                                                                                    | Hal |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1  | Kuesioner Penelitian .....                                                               | 133 |
| Lampiran 2  | Biodata Responden .....                                                                  | 137 |
| Lampiran 3  | Hasil Jawaban Responden .....                                                            | 140 |
| Lampiran 4  | Deskripsi Frekuensi Skor Per Item Jawaban Responden .....                                | 141 |
| Lampiran 5  | Deskripsi Frekuensi Skor Total Jawaban Responden .....                                   | 152 |
| Lampiran 6  | Uji Normalitas Data .....                                                                | 155 |
| Lampiran 7  | Uji Multikolinearitas Data .....                                                         | 156 |
| Lampiran 8  | Uji Heterokedastisitas Data .....                                                        | 157 |
| Lampiran 9  | Uji Regresi Promosi Media Sosial dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 158 |
| Lampiran 10 | Skor Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Terhadap 20 Responden .....                | 159 |
| Lampiran 11 | Analisis Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....                                      | 160 |
| Lampiran 12 | Biodata .....                                                                            | 161 |
| Lampiran 13 | Sertifikat Plagiasi .....                                                                | 162 |
| Lampiran 14 | Sertifikat TOEFL .....                                                                   | 163 |