

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Ginting, Emya Feoleta Br

2024

Pengaruh Sosial Media Marketing, Fasilitas dan Harga terhadap Keputusan Sewa pada Villa Green Hill Kecamatan Sibolangit

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/268>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING, FASILITAS DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN SEWA PADA VILLA
GREEN HILL KECAMATAN SIBOLANGIT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh

**EMYA FEOLETA BR GINTING
NPM: 200110082**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2024**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING, FASILITAS DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN SEWA PADA VILLA
GREEN HILL KECAMATAN SIBOLANGIT**

EMYA FEOLETA BR GINTING

NPM: 200110082



Disahkan oleh:

Ketua Program Studi



Dr. Miska Irani Br. Tarigan, S.Sos, MM
NIDN: 0108108002

Disetujui oleh:

Pembimbing

Dr. Miska Irani Br. Tarigan, S.Sos, MM
NIDN: 0108108002

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING, FASILITAS DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN SEWA PADA VILLA
GREEN HILL KECAMATAN SIBOLANGIT**

EMYA FEOLETA BR GINTING
NPM: 200110082

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 5 November 2024



Penguji I

Penguji II

Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN: 0128106501

Darwis Tamba, SE, M.Si
NIDN: 0103056601

Ketua Penguji

Dr. Miska Irani Br. Tarigan, S.Sos, MM
NIDN: 0108108002

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis

Ketua Program Studi



Dr. Kornel Munthe MM
NIDN: 0130096702



Dr. Miska Irani Br. Tarigan, S.Sos,
NIDN: 0108108002

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Emya Feoleta Br. Tarigan
NPM : 200110082
Program Studi : Manajemen
Jenjang Program : Strata Satu
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Pirngadi Medan

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 5 November 2024
Peneliti,

Emya Feoleta Br. Tarigan
NPM: 200110082

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

1. Nama : EMYA FEOLETA BR GINTING
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Sukamakmur, 08 November 2001
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Kristen Protestan
5. Nama Ayah : Jeramin Ginting
6. Nama Ibu : Peberita Br Sitepu
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. Status : Belum Menikah
9. Alamat Penulis : Desa Sukamakmur, Kec. Sibolangit,
Kab. Deli Serdang
10. Alamat Orang Tua : Desa Sukamakmur, Kec. Sibolangit,
Kab. Deli Serdang

PENDIDIKAN

1. Sekolah Dasar : SD Negeri 101845 (2014) Suka Makmur.
2. Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama : SMP Swasta RK Deli Murni Bandar Baru(2017)
3. Sekolah Menengah Atas : SMA Swasta RK Deli Murni Bandar Baru (2020)
4. Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis dari Universitas Katolik Santo Thomas Medan Tahun 2024

ABSTRAK

EMYA FEOLETA BR GINTING, 200110082, PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN SEWA PADA VILLA GREEN HILL KECAMATAN SIBOLANGIT

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sosial media marketing secara parsial dan simultan terhadap keputusan sewa oleh calon konsumen pada Villa Green Hill Kecamatan Sibolangit. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Adapun kriteria yang digunakan pada penelitian ini adalah responden yang pernah menyewa Villa Green Hill. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosial media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa, karena nilai t-hitung (2,689) > t-tabel (1,632). Fasilitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan sewa konsumen, karena nilai t-hitung (1,334) < t-tabel (1,632). Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sewa konsumen, karena nilai t-hitung (4,724) > t-tabel (1,632). Variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan sewa adalah harga. Hasil uji F, menunjukkan bahwa sosial media marketing, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan sewa konsumen, dengan nilai F-hitung 44,945 > F-tabel (2,32). Persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah $Y = 7,542 + 0,214 X_1 + 0,151 X_2 + 0,325 X_3 + e$. Hal ini berarti bahwa sosial media marketing, fasilitas dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan sewa yang dapat diketahui dari nilai koefisien regresinya. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,594. Hal ini menunjukkan variabel keputusan sewa konsumen dapat dijelaskan oleh variabel sosial media marketing, fasilitas, dan harga sebesar 59,40 % dan sisanya sebesar 40,60 % dijelaskan oleh variabel lain.

Kata Kunci : *sosial media marketing, fasilitas, harga, keputusan sewa*

ABSTRACT

EMYA FEOLETA BR GINTING, 200110082, THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING, FACILITIES AND PRICES ON RENTAL DECISIONS AT GREEN HILL VILLA SIBOLANGIT DISTRICT

The purpose of this study was to determine and analyze the influence of social media marketing partially and simultaneously on rental decisions by prospective consumers at Green Hill Villa, Sibolangit District. The number of samples in this study was 96 respondents. The sampling technique used simple random sampling. The criteria used in this study were respondents who had rented Green Hill Villa. The analysis technique used was linear regression. The results showed that social media marketing had a positive and significant effect on rental decisions, because the t-count value (2.689) > t-table (1.632). Facilities had a positive but not significant effect on consumer rental decisions, because the t-count value (1.334) < t-table (1.632). Price has a positive and significant effect on consumer rental decisions, because the t-count value (4.724) > t-table (1.632). The most influential variable on rental decisions is price. The results of the F test show that social media marketing, facilities and prices simultaneously have a significant effect on consumer rental decisions, with an F-count value of 44.945 > F-table (2.32). The multiple linear regression equation obtained is $Y = 7.542 + 0.214 X_1 + 0.151 X_2 + 0.325 X_3 + e$. This means that social media marketing, facilities and prices have a positive effect on rental decisions which can be seen from the regression coefficient value. The coefficient of determination (R Square) value is 0.594. This shows that the consumer rental decision variable can be explained by the social media marketing, facilities and price variables by 59.40% and the remaining 40.60% is explained by other variables.

Keywords: social media marketing, facilities, price, rental decisions

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Arikunto. 2015. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam. 2020. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 24* (Edisi 10). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunelius, S. 2011. *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw-Hill Companies.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kathy. O. & Payant Richard. P. 2014. *The Facility Management Handbook*, Fourth Editon. ANACOM. New Work
- Kotler, Plilip. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- _____ dan G. Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- _____ dan Keller K. L.. 2016. *Principle of Marketing*: Edisi 15. London: Pearson Education Limited.
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Fath Zumar.
- Manap, A. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Mitra.
- Nirwana. 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Dioma.
- Schiffman, Leon, G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2015. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta : PT. Indeks.
- Sekaran, U. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. 2013. *Perilaku Konsumen*, Cetakan Kelima. Jakarta: Kharisma Putra Utama.

- Setyaningrum, A. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Solis, B. 2010. *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on the Web*. New Jersey: Jhon Wiley & Sons.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2014. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sulastiyono, A. 2018. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Wisata dan Akomodasi. Penerbit: Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Thomson, A. A. 2016. *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage, Concept and Readings*. New York : McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. 2020. *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. dan G. Chandra. 2020. *Pemasaran Strategik: Domain, Determinan dan Dinamika*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. dan A. Diana. 2020. *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tuten, Tracy L. 2008. *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World*. Greenwood Publishing Group.
- Weinberg, Tamar. 2009. *The New Community Rules : Marketing on the Social Web*. California : O' Reilly
- Zimmerman, D. & Doug Sahlin. 2010. *Social Media Marketing All in One for Dummies*. New Jersey : Wiley Publishing

Jurnal

- Aprileny, I., I. Imalia dan J. A. Emarawati. 2021. Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi pada PT. Kentanix Supra Internasional). *Kraith Ekonomika* No. 3 (4): 243-252.

- Ardiansyah, F., dan Sarwoko, E. 2020. *How social media marketing influences consumers "purchase decision? A mediation analysis of brand awareness*. JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen, 17(2): 156-168.
- Iblasi, W. 2016. The Impact of Social Media as a Marketing Tool on Purchasing Decisions (Case Study on Samsung for Electrical Home Appliances). *International Journal of Managerial Studies and Research*. Vol. 4 (1) : 14-28.
- Nawang Sari, S dan N. Ariyatanti. 2023. Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image, dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pengguna Shoppe Di Kab.Tangerang). *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah* Vol. 2(3): 563-574.
- Neti, S. 2011. Social Media and Its Role in Marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Business Systems*. Vol. 1, Issue 2, ISSN (Online): 2230-8849.
- Piramita, S., Hannan, S., dan Purba, J. H. V. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian KPR Non Subsidi dengan Mediasi Persepsi Merek (Studi pada Bank XYZ). *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, Vol. 7(2): 1-8.
- Sari, I dan R. Hidayat. 2020. Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Bang Faiz. *Journal of Trends Economics and Accounting Research* Vol. 1 (2) : 74 – 81.
- Sloan, L & A. Quan-Haase. 2017. The SAGE Handbook of Social Media Research Methods. *Journal of the Assosation for Information Science of Technology*.
- Zanjabila, Ridwan. 2017. Analisis Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan Bandung Techno Park 2017). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom*. Vol. 3 (2) : 368-375.