

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING & BRAND IMAGE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK *FOOD & BEVERAGE*  
(Studi Kasus Pada Konsumen di Morrissey Hotel)**

**Diajukan sebagai salah satu Persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan**



**Disusun Oleh:  
AISYIAH YANGZHE  
NIM: 20700006**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN  
JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF  
JAKARTA  
2024**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING & BRAND IMAGE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK *FOOD & BEVERAGE*  
(Studi Kasus Pada Konsumen di Morrissey Hotel)**

**Diajukan sebagai salah satu Persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan**



**Disusun Oleh:  
AISYIAH YANGZHE  
NIM: 20700006**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN  
JURUSAN PARIWISATA  
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF  
JAKARTA  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Sosial Media *Marketing & Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Food & Beverage* (Studi Kasus Pada Konsumen Di Morrissey Hotel)  
Penulis : Aisyiah Yangzhe  
NIM : 20700006  
Program Studi : D-IV Pengelolaan Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari ~~.....~~<sup>Kamis</sup>, tanggal ~~18~~<sup>18</sup> Juli 2024.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Dr. Atiek Rohmiyati, M.Pd.  
NIP. 19620429198501002

Anggota 1



Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par.  
NIP. 199104252022032012

Anggota 2



Liza Amalia Putri, SS. M.A.  
NIP. 198406262019032013

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata



Anindita Budi Astuti, SE., MM.  
NIP. 198103052008122001

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Sosial Media *Marketing & Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Food & Beverage* (Studi Kasus Pada Konsumen Di Morrissey Hotel)  
Penulis : Aisyiah Yangzhe  
NIM : 20700006  
Program Studi : D-IV Pengelolaan Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di <sup>Jakarta</sup>....., tanggal 9. Juli 2024.

Pembimbing I



Liza Amalia Putri, SS., M.A.  
NIP. 198406262019032013

Pembimbing II



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.  
NIP. 198605092019032011

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi  
Pengelolaan Perhotelan



Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par.  
NIP. 198804112020121008

# PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aisyiah Yangzhe  
NIM : 20700006  
Program Studi : D-IV Pengelolaan Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata  
Tahun Akademik : 2024

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:  
“Pengaruh Sosial Media *Marketing & Brand Image* Terhadap Keputusan  
Pembelian Produk *Food & Beverage* (Studi Kasus Pada Konsumen Di Morrissey  
Hotel)”

**Adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari  
plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini,  
saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-  
benarnya.

Jakarta, 9 Juli 2024

Yang menyatakan,

  
Aisyiah Yangzhe  
NIM. 20700006

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aisyiah Yangzhe  
NIM : 20700006  
Program Studi : D-IV Pengelolaan Perhotelan  
Jurusan : Pariwisata  
Tahun Akademik : 2024

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Sosial Media *Marketing & Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Food & Beverage* (Studi Kasus Pada Konsumen Di *Morrissey Hotel*)”**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 9 Juli 2024

Yang menandatangani

  
Aisyiah Yangzhe

NIM. 20700006

## **ABSTRACT**

*With so many social media users, it will be easier for Morrissey Hotel to do branding and social media marketing so that it will be more easily recognized by the wider community, attract many potential customers, and influence potential customers to make purchasing decisions for food & beverage products at Morrissey Hotel. The problem in this study is about social media marketing and brand image on purchasing decisions for food & beverage products at Morrissey Hotel. The purpose of this study was to determine the effect of social media marketing & brand image on purchasing decisions. The method used is descriptive quantitative, data obtained through observation, interviews, questionnaires, and literature review. The results of this study both partially and simultaneously show that social media marketing & brand image affect purchasing decisions for food & beverage products at Morrissey Hotel.*

*Keywords: Social Media Marketing, Brand Image and Purchasing Decisions*

## **ABSTRAK**

Dengan banyaknya pengguna sosial media, akan mempermudah Morrissey Hotel untuk melakukan *branding* dan sosial media *marketing* sehingga akan lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas, menarik banyak calon konsumen, dan mempengaruhi calon konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk *food & beverage* di Morrissey Hotel. Masalah dalam penelitian ini tentang sosial media *marketing & brand image* terhadap keputusan pembelian produk *food & beverage* di Morrissey Hotel. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui tentang pengaruh sosial media *marketing & brand image* terhadap keputusan pembelian. Metode yang digunakan kuantitatif deskriptif, data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan kajian pustaka. Hasil penelitian ini baik secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa sosial media *marketing & brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *food & beverage* di Morrissey Hotel.

Kata kunci: Sosial Media *Marketing*, *Brand Image*, dan Keputusan Pembelian

## PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyusun tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Sosial Media *Marketing & Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Food & Beverage*” dan dapat diselesaikan dengan baik.

Tujuan penulisan tugas akhir yaitu untuk memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan Pendidikan D4 Terapan Program Studi Pengelolaan Perhotelan di Politeknik Negeri Media Kreatif. Pada penyusunan tugas akhir ini, tentu saja penulis menerima banyak bantuan berupa saran, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini, khususnya kepada:

1. Dr. Tipri Rose Kartika, MM., selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, S.Si., M.Si., selaku Wakil Direktur 1 Bidang Akademik.
3. Dr. Mochammad Yunus Fitriady, S.E., M.M, selaku Wakil Direktur 2 Bidang Umum & Keuangan.
4. Suratni, S.S., M.Hum., selaku Wakil Direktur 3 Bidang Kemahasiswaan.
5. Anindita Budi Astuti, S.E., M.M., selaku Kepala Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Media Kreatif.
6. Maria Ulfah Catur Afrini, S.Pd., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Media Kreatif dan Dosen Pembimbing 2.
7. Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par., selaku Kepala Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Negeri Media Kreatif.
8. Fristi Bella Annishia, S.KM., M.Par., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Negeri Media Kreatif.
9. Liza Amalia Putri, SS., M.A., selaku Dosen Pembimbing 1.



10. Para dosen dan tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif, yang telah melayani mahasiswa selama penulis menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Media Kreatif.
11. Alm. Bapak Otang Sutisna dan Ibu Andri Natasa selaku orang tua, serta Claudia Tasnim, Che Fatima Tarum dan Daneen Neretva Konjic selaku kakak dan adik penulis yang telah memberi dukungan dan kebahagiaan baik secara materi dan non materi dalam penyelesaian masa pendidikan dan tugas akhir skripsi.
12. Abu Hanifah, selaku *support system* yang telah memberikan banyak dukungan baik secara materi dan non materi dalam penyelesaian masa pendidikan dan tugas akhir skripsi.
13. Rekan-rekan Program Studi Pengelolaan Perhotelan Politeknik Negeri Media Kreatif.
14. Seluruh karyawan Morrissey Hotel, yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian tugas akhir skripsi.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 18 Juli 2024

Penulis



Aisyah Yangzhe  
NIM. 20700006

## DAFTAR ISI

<b>PENGARUH <i>SOCIAL MEDIA MARKETING &amp; BRAND IMAGE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK <i>FOOD &amp; BEVERAGE</i></b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Kajian Teori.....	11
B. Hasil Penelitian Relevan .....	25
C. Kerangka Berpikir .....	28
D. Hipotesis.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian .....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	32
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	32
D. Definisi Operasional Variabel .....	34

E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	36
F. Validitas dan Reabilitas Instrumen .....	38
G. Teknik Analisis Data .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Penyajian Data.....	48
B. Pembahasan .....	76
C. Keterbatasan Penelitian .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>80</b>
A. Kesimpulan.....	80
B. Implikasi.....	81
C. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Data Tamu Morrissey Hotel Periode Januari - Mei 2024 .....	5
Tabel 2 Data Penjualan Produk <i>Food &amp; Beverage</i> Morrissey Hotel Periode Januari - Mei 2024 .....	5
Tabel 3 Hasil Penelitian Relevan .....	25
Tabel 4 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 5 Skala Likert .....	37
Tabel 6 Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 7 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha</i> .....	41
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Variabel Sosial Media <i>Marketing</i> (X1)..	42
Tabel 9 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> (X2) .....	42
Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) ....	42
Tabel 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
Tabel 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	53
Tabel 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	53
Tabel 14 Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan Indikator <i>Connecting</i> .....	54
Tabel 15 Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan Indikator <i>Community Building</i> .....	55
Tabel 16 Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan Indikator <i>Content Sharing</i> .....	56
Tabel 17 Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan Indikator <i>Content Creation</i> .....	57
Tabel 18 Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan Indikator <i>User Image</i> .....	58
Tabel 19 Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan Indikator <i>Corporate Image</i> .....	59
Tabel 20 Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan Indikator <i>Product Image</i> ..	60
Tabel 21 Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan Indikator Pilihan Produk..	61
Tabel 22 Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan Indikator Pilihan Merek...	62
Tabel 23 Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan Indikator Pilihan Penyalur...	63
Tabel 24 Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan Indikator Waktu Pembelian .....	64
Tabel 25 Hasil Jawaban Responden Pada Pernyataan Indikator Jumlah Pembelian .....	64
Tabel 26 Hasil Analisis Deskriptif Statistik.....	66
Tabel 27 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	68
Tabel 28 Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
Tabel 29 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i> .....	70
Tabel 30 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	71
Tabel 31 Hasil Uji T.....	73
Tabel 32 Hasil Uji F.....	74
Tabel 33 Hasil Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> Variabel Sosial Media <i>Marketing</i> (X1) .....	75
Tabel 34 Hasil Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> Variabel <i>Brand Image</i> (X2) .....	75

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<i>Gambar 1 Most Used Social Media Platform Period January 2024</i> .....	3
Gambar 2 Kerangka Berpikir .....	29
Gambar 3 Logo Morrissey Hotel.....	48
Gambar 4 Sosial Media Instagram Morrissey Hotel.....	50
Gambar 5 Sosial Media TikTok Morrissey Hotel .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Biodata Penulis .....	86
Lampiran 2 Lembar Pembimbingan Tugas Akhir .....	87
Lampiran 3 Dokumentasi Uji Proposal Tugas Akhir.....	89
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	90
Lampiran 5 Surat Keterangan/Sertifikat Magang Industri.....	91
Lampiran 6 Kuisisioner Penelitian .....	93
Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan Terkait Tugas Akhir.....	97
Lampiran 8 Hasil Kuisisioner Variabel X1 Sosial Media <i>Marketing</i> .....	98
Lampiran 9 Hasil Kuisisioner Variabel X2 <i>Brand Image</i> .....	101
Lampiran 10 Hasil Kuisisioner Variabel Y Keputusan Pembelian Produk <i>Food &amp; Beverage</i> .....	104
Lampiran 11 R Tabel .....	107
Lampiran 12 T Tabel.....	108
Lampiran 13 F Tabel.....	108
Lampiran 14 Olah Data.....	109