

**PENGARUH *INTERNET MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI KASUS SINABUNG HILLS BERASTAGI)**

SKRIPSI

**Disusun Dan Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas Dan
Syarat-syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Universitas Quality**

Oleh :

SURYA SUKMA WINARTA

NPM : 1402020089

Program Studi : Manajemen



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS QUALITY

MEDAN

2019



UNIVERSITAS QUALITY
FAKULTAS EKONOMI

Jl. Ringroad - Ngumban Surbakti No. 18 Medan, Telp. (061) 80047003
Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara, Telp. (0628) 92188

**PENGARUH *INTERNET MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI KASUS SINABUNG HILLS BERASTAGI)**

SKRIPSI

Disusun Oleh

SURYA SUKMA WINARTA

1402020089

Program Studi Manajemen

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana

Pada tanggal, 16 Februari 2019

Disetujui :

Pembimbing Utama

Dra. Menanti Sembiring, M.M

Tanggal :

Pembimbing Pendamping

Ingan Ukur Br Sitepu, SE, M.M

Tanggal :

Ketua Program Studi Manajemen

Rikawati Ginting Munthe, SE., M.Si

Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ami Dilham, SE, M.Si

Tanggal :



UNIVERSITAS QUALITY

FAKULTAS EKONOMI

Jl. Ringroad - Ngumban Surbakti No. 18 Medan, Telp. (061) 80047003
Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara, Telp. (0628) 92188

BERITA ACARA MEJA HIJAU SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Quality
Medan Nomor _____ Tanggal : 16 Bulan Februari Tahun 2019,
telah dilaksanakan Ujian Meja Hijau/Skripsi Program S-1 untuk tahun 2019 :

1. Nama : Surya Sukma Winarta
2. NPM : 1402020089
3. Jurusan : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh *Internet Marketing* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Sinabung Hills Berastagi)
5. Tanggal Ujian : 16 Februari 2019
6. Waktu Ujian : 09.00 WIB s/d selesai
7. Tempat Ujian : Kampus Universitas Quality
8. Lulus Ujian Dengan nilai : A-
9. Keterangan : Lulus

DOSEN PENGUJI

1. Dra. Menanti Sembiring, M.M (.....)
2. Ingan Ukur Br Sitepu, SE, M.M (.....)
3. Ami Dilham, SE, M.Si (.....)

PANITIAN UJIAN

Ketua

Ami Dilham, SE, M.Si

Sekretaris

Rikawati Ginting Munthe, SE., M.Si

Diketahui/Disetujui
Dekan Fakultas Ekonomi

Ami Dilham, SE, M.Si



UNIVERSITAS QUALITY

FAKULTAS EKONOMI

Jl. Ringroad - Ngumban Surbakti No. 18 Medan, Telp. (061) 80047003
Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara, Telp. (0628) 92188

PERSETUJUAN PERBANYAKAN SKRIPSI

Sesuai dengan hasil draft skripsi dari mahasiswa :

Nama	Surya Sukma Winarta
NPM	1402020089
Jurusan	Manajemen
Judul Skripsi	Pengaruh <i>Internet Marketing</i> Dan <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Sinabung Hills Berastagi)
Dosen Pembimbing	
1.	Dra. Menanti Sembiring, M.M
2.	Ingan Ukur Br Sitepu, SE, M.M

Telah diperbaiki sesuai dengan hasil, oleh sebab itu skripsi tersebut telah dapat diperbanyak berdasarkan peraturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi Universitas Quality Medan

No.	Nama	Sebagai	Tanda Tangan
1	Dra. Menanti Sembiring, M.M	Penguji I	
2	Ingan Ukur Br Sitepu, SE, M.M	Penguji II	
3	Ami Dilham, SE, M.Si	Penguji III	
4	Dra. Menanti Sembiring, M.M	Pembimbing I	
5	Ingan Ukur Br Sitepu, SE, M.M	Pembimbing II	
6	Dra. Menanti Sembiring, M.M	Moderator	

Demikian surat perbanyakan skripsi ini diperbuat untuk dipergunakan seperti maksud diatas

Dekan Fakultas Ekonomi

Ami Dilham, SE, M.Si

Medan, Februari 2019

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Rikawati Ginting Munthe, SE., M.Si



UNIVERSITAS QUALITY
FAKULTAS EKONOMI

Jl. Ringroad - Ngumban Surbakti No. 18 Medan, Telp. (061) 80047003
Berastagi, Kabupaten Karo, Sumatera Utara, Telp. (0628) 92188

**PENGARUH *INTERNET MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(STUDI KASUS SINABUNG HILLS BERASTAGI)**

SKRIPSI

Nama : SURYA SUKMA WINARTA
NPM : 1402020089
Program Studi : Manajemen

Disetujui :

Pembimbing Utama

Dra. Menanti Sembiring, M.M

Tanggal :

Pembimbing Pendamping

Ingan Ukur Br Sitepu, SE, M.M

Tanggal :

Diketahui :

Ketua Program Studi Manajemen

Rikawati Ginting Munthe, SE., M.Si

Tanggal :

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Surya Sukma Winarta
NPM : 1402020089
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Universitas Quality Medan

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang saya tulis dengan judul **“PENGARUH INTERNET MARKETING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS SINABUNG HILLS BERASTAGI)”** merupakan hasil karya asli penulis, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh penulis lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Jika Skripsi ini terbukti merupakan duplikasi ataupun plagiasi dari hasil karya penulis lain dan atau sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan hasil karya penulis lain, maka penulis bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan skripsi dan pencabutan gelar yang merupakan peroleh sebagai hasil ujian akhir studi atas Skripsi ini.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya unsur paksaan maupun tekanan dari pihak manapun juga

Medan, Mei 2019

Yang menyatakan



SURYA SUKMA WINARTA

1402020089

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat serta berkat-Nya yang berkelimpahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **”Pengaruh *Internet Marketing* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Sinabung Hills Berastagi)”**. Dalam penelitian skripsi ini dimaksud untuk memenuhi tugas-tugas dan salah satu syarat Gelar Sarjana Ekonomi (S-1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Quality Medan.

Dalam penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, oleh karena itu penulis menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak demi penyempurnaan skripsi ini. Untuk itu kepada yang telah membantu penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Erna Frida, Msi., selaku Rektor Universitas Quality
2. Bapak Ami Dilham SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Quality Medan.
3. Ibu. Rikawaty Ginting Munthe, SE, MSi selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Quality.
4. Ibu. Dra Menanti Sembiring, MM., sebagai Pembimbing utama penulis yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran dan arahan serta bantuan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Ibu. Ingan Ukur Sitepu, SE, MM, sebagai pembimbing pendamping penulis yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran dan arahan serta bantuan kepada penulis selama proses penyusunan penelitian ini.
6. Bapak/Ibu Pimpinan Sinabung Hills Berastagi yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di Sinabung Hills Berastagi
7. Seluruh jajaran Dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Quality yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti.
8. Kepada orang tua penulis yang telah banyak berkorban untuk penulis, baik atas doa, dukungan dan menyediakan biaya pendidikan, maupun di dalam membimbing dan menuntun penulis.
9. Seluruh teman-teman penulis sayangi rekan-rekan mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis

Akhir kata penulis mengucapkan semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya bagi Universitas Quality.

Medan, Februari 2019

Penulis,

SURYA SUKMA WINARTA

NPM : 1402020089

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Batasan Penelitian	6
1.4. Rumusan Penelitian.....	6
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	7
BAB II URAIAN TEORITIS	9
2.1. Internet Marketing.....	9
2.1.1. Pengertian Internet Marketing.....	9
2.1.2. Tahap-Tahap dalam Melakukan Pemasaran Internet.....	10
2.1.3. Fungsi Dalam E-Marketing	12
2.1.4. Jenis-Jenis Internet Marketing	14
2.1.5. Indikator Internet Marketing	17
2.2. Word Of Mouth.....	19
2.2.1. Pengertian Word Of Mouth.....	19
2.2.2. Karakteristik Word Of Mouth	21
2.2.3. Prinsip Dasar Pelaksanaan Word Of Mouth Marketing.....	22
2.2.4. Dimensi atau Elemen Word Of Mouth	26
2.2.5. Indikator Word Of Mouth	28
2.3. Keputusan Pembelian Konsumen	29
2.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	29
2.3.2. Proses Pengambilan Pembelian Konsumen	30
2.3.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.....	32
2.3.4. Indikator Keputusan Pembelian Konsumen.....	34
2.4. Penelitian Terdahulu	36
2.5. Kerangka Pemikiran.....	38
2.6. Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
3.1.1. Lokasi Penelitian	40
3.1.2. Waktu Penelitian	40
3.2. Populasi dan Sampel	41
3.2.1. Populasi	41
3.2.2. Sampel Penelitian.....	41
3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian	42
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	43

3.5.	Sumber Data dan Jenis Data	45
3.6.	Teknik Analisis Data.....	46
3.6.1.	Uji Kualitas Data.....	46
3.6.1.1.	Uji Validitas	46
3.6.1.2.	Uji Reliabilitas	47
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik	47
3.6.2.1.	Uji Normalitas.....	47
3.6.2.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.6.2.3.	Uji Multikolinearitas	49
3.7.	Analisis Regresi Berganda	49
3.8.	Uji Hipotesis	50
3.8.1.	Uji t (Parsial).....	50
3.8.2.	Uji F.....	51
3.8.3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1.	Gambaran Umum Objek Penulisan.....	53
4.1.1.	Sejarah Singkat Sinabung Hills Berastagi.....	53
4.1.2.	Struktur Organisasi Sinabung Hills Berastagi.....	55
4.1.3.	Visi Dan Misi Sinabung Hills Berastagi	59
4.2.	Hasil Penelitian	59
4.2.1	Analisis Deskriptif Responden.....	59
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	63
4.3.	Uji Kualitas Data.....	76
4.3.1.	Uji Validitas	76
4.3.2.	Uji Reliabilitas.....	77
4.4.	Uji Asumsi Klasik	79
4.4.1.	Uji Normalitas	80
4.4.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	82
4.4.3.	Uji Multikolinearitas	83
4.5.	Analisis Regresi Berganda	84
4.6.	Uji Hipotesis	86
4.6.1.	Uji t (Parsial).....	86
4.6.2.	Uji F.....	87
4.6.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	88
4.7.	Pembahasan Hasil Penelitian	89
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1.	Kesimpulan	94
5.2.	Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rekapitulasi Volume Penjualan Sinabung Hills Berastagi	5
Tabel 3.1 Waktu Peneitian	40
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	62
Tabel 4.5 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap <i>Internet Marketing</i> Sinabung Hills Berastagi.....	62
Tabel 4.6 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap <i>Word Of Mouth</i> Sinabung Hills Berastagi.....	68
Tabel 4.7 Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sinabung Hills Berastagi	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	76
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas <i>Internet Marketing</i>	78
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas <i>Word Of Mouth</i>	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian Konsumen	79
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov-smirnov	81
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	84
Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda	85
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	86
Tabel 4.16 Hasil Uji F (Simultan)	88
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Tahun 2017 tentang penetrasi internet di Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Sinabung Hills Berastagi	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Histogram	80
Gambar 4.3 Hasil Uji P-Plot	81
Gambar 4.4 Grafik Scatterplot	83

