

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE SAMBAL SPESIAL
KOTA PASURUAN**

SKRIPSI

**Disusun untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Disusun oleh:

NAFISAH

NPM: 2261201003126



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2026

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nafisah
Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003126
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial dan Kualitas Produk
terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Sambal
Spesial Kota Pasuruan

Pasuruan, 30 Juli 2026

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Dr. Vita Fibriyani, S.Si., M.Si)

(Hari Wahyuni, S.E., M.M)

Dekan Fakultas Ekonomi

(Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada tanggal 30 Juli 2026

TIM PENGUJI

- | | |
|------------------------------------|--------------------|
| 1. Eni Erwantiningsih, SE., MM | 1. Ketua..... |
| 2. Dr. Vita Fibriyani, S.Si., M.Si | 2. Sekertaris..... |
| 3. Hari Wahyuni, S.E., M.M | 3. Anggota..... |

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan



Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

(ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nafisah

NPM : 2261201003126

Alamat Rumah : JL. Kedondong Raya Blok I8 No. 25-27 RT 004 / RW 006,
Kel. Bugul Kidul, Kec. Bugul Kidul, Kota. Pasuruan, Jawa
Timur (67121)

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Media Sosial dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Sambal Spesial Kota Pasuruan” Adalah hasil kerja tulisan saya sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Thesis, ataupun Disertasi. Demikian surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sanksi. Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 30 Juli 2026

Yang Membuat


Nafisah

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Nafisah

Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003126

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Pasuruan, 03 Februari 2004

Alamat : Kedondong Raya Blok I8 No. 25-27 RT 004
/ RW 006, Kel. Bugul Kidul, Kec. Bugul
Kidul, Kota. Pasuruan, Jawa Timur (67121)

Nama Orang Tua (Ayah) : Muhammad Yahya
(Ibu) : Eny Parwati

Riwayat Pendidikan :

1. Tahun 2010 : Lulus TK SULUH HARAPAN Kota Pasuruan
2. Tahun 2016 : Lulus SDN BANGILAN Kota Pasuruan
3. Tahun 2019 : Lulus SMPN 9 Kota Pasuruan
4. Tahun 2022 : Lulus SMKN 1 Kota Pasuruan
5. Tahun 2022 : Terdaftar Sebagai Mahasiswa Aktif
Universitas Merdeka Pasuruan

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan berkah, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh Media Sosial dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Sambal Spesial Kota Pasuruan”. Tulisan ini disampaikan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan. Namun demikian, penyelesaian Skripsi ini dapat terwujud atas bimbingan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Penghargaan serta ucapan terima kasih secara khusus penulis ucapkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, dan kelancaran dalam penyusunan skripsi.
2. Dr. Muhammad Misdrum, S.Kom., M.M., M.Kom selaku rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan studi di Universitas Merdeka Pasuruan.
3. Dr. Ir. Bambang Sutikno, MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan studi di Fakultas Ekonomi.
4. Dr. Vita Fibriyani, S.Si., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan, motivasi, arahan serta dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Hari Wahyuni, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan, motivasi, arahan, serta dorongan kepada penulis skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Teristimewa, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Ayah Muhammad Yahya dan Ibu Eny Parwati dua sosok yang paling berjasa dalam kehidupan penulis. Meskipun Ayah dan Ibu tidak berkesempatan menempuh pendidikan hingga bangku perkuliahan, keduanya selalu mengupayakan agar anak-anaknya dapat menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Dengan segala keterbatasan yang ada, Ayah dan Ibu selalu menjadi sumber kekuatan, penguat langkah, dan tempat kembali bagi penulis dalam setiap proses yang dijalani. Sebagai anak kedua, penulis bersyukur dan bangga dapat menyelesaikan pendidikan sarjana sebagai lulusan kedua di keluarga. Setiap cucuran keringat, kerja keras, dan tanggung jawab Ayah dalam menafkahi keluarga menjadi jalan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan pendidikan hingga tahap ini, sekaligus menjadi teladan tentang arti keteguhan dan tanggung jawab. Ibu senantiasa menghadirkan doa, motivasi, nasihat, dan kasih sayang tanpa batas yang terus mengiringi setiap langkah dan ikhtiar penulis, dengan kesabaran pengorbanan yang tak pernah terhitung. Seluruh dukungan, perhatian, serta keikhlasan Ayah dan Ibu menjadi sumber kekuatan, inspirasi, serta pelita yang senantiasa menerangi perjalanan penulis dalam menyelesaikan pendidikan sarjana ini.

7. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada adik tecinta Husein Yahya. Dukungan, perhatian, doa, dan kebersamaan yang selalu diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiranmu menjadi salah satu sumber motivasi bagi penulis untuk terus berjuang dalam menyelesaikan pendidikan ini.
8. Untuk Almarhum Kakek tercinta Bapak Asmungi. Meski kakek telah lebih dahulu pulang, kasih sayang, nasihat, dan kenangan indah bersama kakek akan selalu hidup di dalam hati. Tidak ada lagi kesempatan mendengar suara dan melihat senyum kakek, namun doa, serta yang kakek ajarkan akan senantiasa menjadi pegangan dalam setiap langkah kehidupan penulis. Terima kasih atas cinta yang tulus dan segala pengorbanan yang telah diberikan. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan menempatkan kakek di tempat terbaik di sisi-Nya. Al-Fatihah untuk Almarhum Kakek tercinta.
9. Teruntuk keluarga besar saya, Terima kasih banyak atas semua doa dan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi.
10. Teruntuk Sahabatku Aminatun Mujahroh, Mufidah Rizki, Nabila Syarifah, Siti Mukkaromah. Terima kasih atas segala doa, dukungan, semangat, dan kebersamaan yang telah diberikan selama perjalanan menempuh pendidikan ini. Terima kasih karena selalu hadir dalam suka maupun duka, menjadi tempat berbagai cerita, serta memberikan motivasi ketika rasa lelah dan putus asa datang. Semoga kita senantiasa diberikan kemudahan dalam meraih cita-cita dan kesuksesan di masa

yang akan datang.

11. Teruntuk teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi kelas B pagi selama perkuliahan. Terima kasih telah memberi semangat dan dukungan selama penulis menyelesaikan skripsi.
12. Serda Moh. Nuril Haqiqi, yang telah menjadi sosok rumah yang selalu ada meskipun terhalang oleh jarak dan waktu. Terima kasih atas segala doa, dukungan, perhatian dan kebersamaan yang diberikan selama ini, serta mampu mendengarkan setiap keluh kesah di tengah lelah dan perjuangan menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala harapan dan impian yang kita perjuangkan dapat terwujud di masa depan.
13. Dan yang terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih karena telah bertahan dan berjuang hingga sampai titik ini. Terima kasih atas segala usaha, doa, air mata, dan pengorbanan yang telah dilalui selama perjalanan menyelesaikan pendidikan ini. Tidak mudah melewati berbagai tantangan dan rintangan, namun dengan ketekunan dan keyakinan, akhirnya semua dapat terlewati. Tetaplah rendah hati, terus belajar, dan jangan pernah berhenti bermimpi serta berusaha meraih cita-cita.

Pasuruan, 30 Juli 2026



Nafisah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR / GRAFIK.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kegunaan Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Teori yang Melandasi Permasalahan	12
1. Keputusan Pembelian.....	12
2. Media Sosial.....	20
3. Kualitas Produk.....	26

B. Hubungan Antar Variabel.....	28
C. Penelitian Terdahulu.....	32
D. Kerangka Konseptual.....	38
E. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Definisi Operasional Variabel	40
B. Ruang Lingkup Penelitian	43
C. Lokasi Penelitian.....	43
D. Populasi dan Sampel.....	44
E. Jenis Data.....	46
F. Teknik pengumpulan Data.....	47
G. Uji Instrumen	49
H. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
B. Hasil Penelitian	57
1. Uji Instrumen	57
2. Analisis Deskriptif	60
3. Uji Asumsi Klasik	72
4. Analisis Regresi Linier Berganda	77
5. Analisis Koefisien Determinasi	78
6. Uji Hipotesis	79
C. Pembahasan Hasil Penelitian	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
--	-----------

A. Kesimpulan	88
---------------------	----

B. Saran	90
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 : Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 2 : Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3 : Hasil Uji Validitas	57
Tabel 4 : Hasil Uji Reabilitas	59
Tabel 5 : Analisis Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 6 : Analisis Responden Berdasarkan Domisili	61
Tabel 7 Analisis Responden Berdasarkan Status	62
Tabel 8 : Analisis Responden Berdasarkan Pendapatan.....	62
Tabel 9 : Analisis Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Pada Bulan Januari - April 2026.....	64
Tabel 10 : Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Informasi Konten Mie Sambal Spesial di Instagram.....	65
Tabel 11 : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Media Sosial (X1).....	66
Tabel 12 : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2).....	68
Tabel 13 : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	70
Tabel 14 : Hasil Uji Normalitas Berdasarkan Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	73
Tabel 15 : Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 16 : Hasil Uji Linearitas	75
Tabel 17 : Hasil Uji Autokorelasi.....	76
Tabel 18 : Hasil Media Sosial dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	77

Tabel 19 : Hasil Analisis Koefisien Determinasi	78
Tabel 20 : Hasil Uji Simultan (F).....	79
Tabel 21 : Hasil Uji Parsial (T)	80



DAFTAR GAMBAR / GRAFIK

	Halaman
Gambar 1 : Data Pendapatan Mie Sambal Spesial	5
Gambar 2 : Proses Pengambilan Keputusan.....	13
Gambar 3 : Kerangka Konseptual	40
Gambar 4 : Distribusi Residual untuk Pengujian Normalitas.....	72
Gambar 5 : Hasil Uji Heterokesdastisitas	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Jadwal Penelitian

Lampiran 3. Tabulasi Data

Lampiran 4. Analisis Deskriptif

Lampiran 5. Uji Instrumen

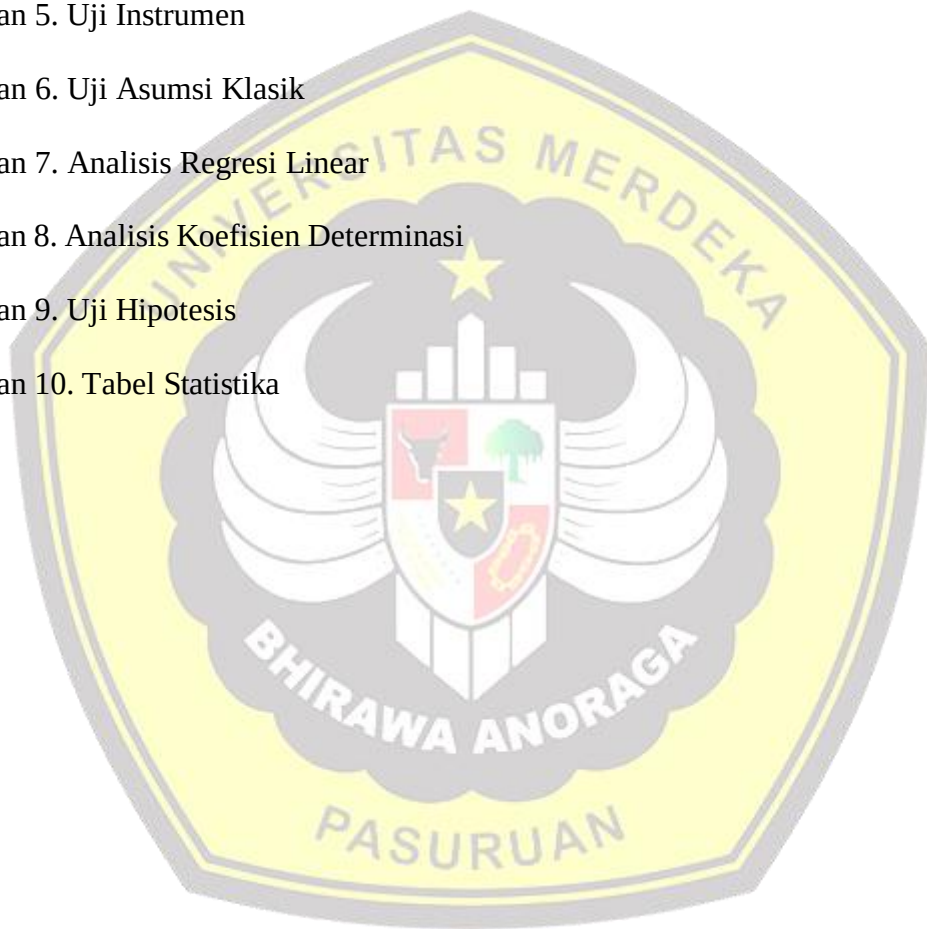
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7. Analisis Regresi Linear

Lampiran 8. Analisis Koefisien Determinasi

Lampiran 9. Uji Hipotesis

Lampiran 10. Tabel Statistika



**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE SAMBAL SPESIAL
KOTA PASURUAN**

Nafisah¹, Vita Fibriyani², Hari Wahyuni³

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-mail: nafisnafisahhh265@gmail.com¹, vita fibriyani@gmail.com²,
yuniprasetya55@gmail.com³

ABSTRAK

Persaingan bisnis kuliner mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan menjaga kualitas produk guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mie Sambal Spesial Kota Pasuruan. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Mie Sambal Spesial Kota Pasuruan yang telah melakukan pembelian minimal 2 kali pada bulan Januari–April 2026. Sampel penelitian berjumlah 65 responden yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan media sosial dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dengan kontribusi (R^2) sebesar 0,819, Mie Sambal Spesial perlu mempertahankan promosi Instagram dan kualitas produk untuk meningkatkan kepercayaan serta keputusan pembelian konsumen. Secara parsial, media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,033 < 0,05$, Mie Sambal Spesial perlu meningkatkan konten, interaksi, dan informasi produk melalui fitur *reels*, *story*, dan *feed* untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Sedangkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, Mie Sambal Spesial perlu mempertahankan kualitas produk secara konsisten untuk meningkatkan kepuasan, kepercayaan, pembelian ulang, dan rekomendasi konsumen.

Kata Kunci: Media Sosial, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.