

PENGARUH PROMOSI *DIGITAL MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA *WEDDING ORGANIZER* SIAPNIKAH.ID

TUGAS AKHIR

REZA ARDIAN PUTRA

203404516010



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

2024

PENGARUH PROMOSI *DIGITAL MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA *WEDDING ORGANIZER* SIAPNIKAH.ID

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Program Studi
Pariwisata Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh :

Reza Ardian Putra

203404516010



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi Yang berjudul:

PENGARUH PROMOSI *DIGITAL MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA *WEDDING ORGANIZER* SIAPNIKAH.ID

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.



Depok, 17 Februari 2024



Reza Ardian Putra

NPM: 20340451601

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **Pengaruh Promosi *Digital Marketing* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa *Wedding Organizer* Siapnikah.id**

Nama Mahasiswa : Reza Ardian Putra

Nomor Pokok : 203404516010

Program Studi : Pariwisata



Jakarta, 2 februari 2024

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Promosi *Digital Marketing* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Wedding Organizer Siapnikah.id

Nama Mahasiswa : Reza Ardian Putra

Nomor Pokok : 203404516010

Program Studi : Pariwisata

Diterima dan disahkan oleh Panitia Tugas Akhir
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Mengesahkan,
Pembimbing Tugas Akhir,

(Ulfi Maranisya, SST Par., M Par)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji,

(Liliana Dewi, SS., MM.Par)

(Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., M.Par)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional,

(Prof. Rumba Ditolowiseiso, S.E., M.app.Ec., Ph.d)

Jakarta, 27 februari 2024

Tanggal Lulus : 23 Februari 2024

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI *DIGITAL MARKETING* DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA *WEDDING ORGANIZER SIAPNIKAH.ID*

Oleh

Reza Ardian Putra

NPM: 203404516010

Tugas akhir, dibawah bimbingan Ulfi Maranisya SST Par., M.Par

Penelitian ini dilakukan pada siapnikah.id yang berlokasi di pancoran mas depok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keputusan konsumen dalam memilih jasa *wedding organizer* siapnikah.id, Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan survei, sampel dalam penelitian ini adalah konsumen *wedding organizer* yang berjumlah 47 orang, Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner atau angket, dalam penelitian, digunakan 2 variabel indenpenden, yaitu *Digital Marketing* (X1), *Word of Mouth* (X2). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen (Y). Hasil penelitian ini adalah bahwa *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen, sedangkan *word of mouth* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa *wedding organizer* siapnikah.id

Kata kunci: *Digital Marketing*, *word of mouth*, keputusan konsumen.

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING PROMOTIONS AND WORD
OF MOUTH ON CONSUMER DECISIONS IN CHOOSING WEDDING
ORGANIZER SIAPNIKAH.ID SERVICES

By

Reza Ardian Putra

Npm 203404516010

Final assignment, under the guidance of Ulfi Maranisya SST Par. M. Par.

This research was conducted at jasanikah.id which is located in Pancoran Mas, Depok. This research aims to determine consumers' decisions in choosing wedding organizer services jasanikah.id. This research uses descriptive quantitative research methods with a survey approach. The sample in this research is 47 wedding organizer consumers. The technique used for data collection is a questionnaire or questionnaire. , in the research, 2 independent variables were used, namely Digital Marketing (X1), Word of Mouth (X2). The dependent variable used in this research is consumer decision (Y). The results of this research are that Digital Marketing has a positive and significant effect on consumer decisions, while word of mouth does not have a positive and insignificant effect on consumer decisions in choosing a wedding organizer service jasanikah.id

Keyword: Digital Marketing, word of mouth, consumer decisions

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Reza Ardian Putra
2. Tempat dan tanggal lahir : Depok, 15 November 2001
3. Jenis kelamin : Laki – laki
4. Alamat : JL ar Rahman hakim GG bunga,
Rt01/Rw13/025
Kel. Kemiri muka, kec. Beji, depok
5. No. Handphone : 081315349744
6. Status : belum menikah
7. Agama : islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : rardianputra15@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2007 – 2014 : SDN Anyelir 2 depok
2. 2014 – 2017 : SMP Taufiqqurahman
3. 2017- 2020 : SMK Karya muda

Depok, 7 Februari 2024

Reza Ardian Putra

NPM. 203404516010

KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas limpahan rahmat serta hidayah Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal tugas akhir yang berjudul “Pengaruh promosi *Digital Marketing* dan *word of mouth* terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa *wedding organizer* Siapnikah.id” yang disusun untuk melengkapi syarat penyelesaian Program Studi Strata Satu (S1) pada Jurusan Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Selama penyusunan tugas akhir ini penulis telah banyak mendapat bantuan dari berbagai sumber baik dukungan moral maupun materil, karena itu dengan tanpa mengurangi rasa hormat serta syukur atas semuanya itu dalam kesempatan ini tak lama penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., Rektor Universitas Nasional yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk menyelesaikan studi di Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App. Ec., Ph.D. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Bapak Gagih Pradini, S.Par., M.M. Selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Ulfi Maranisya, SST Par., M Par. Selaku dosen pembimbing penulis yang selalu meluangkan waktu untuk memberikan motivasi, dukungan, dan arahan sehingga penulis dapat Menyusun tugas akhir ini.
6. Ibu Anisa Putri Kusumaningrum, S,st.par., M.M. Selaku Dosen pembimbing akademik penulis terimakasih atas bimbingan yang telah diberikan selama masa perkuliahan penulis..
7. Segenap Dosen Program Studi Pariwisata Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu serta dapat Menyusun tugas akhir ini.
8. Rizky Arya Putra dan Feli Saputri selaku keluarga tercinta

9. Terimakasih Lisca Agustin yang sudah menenami penulis hingga saat ini.
10. Teman seperbimbingan penulis: Adelin, Bilqis, Rasya, dan Farrah yang sudah memberikan saran serta ilmu-ilmu tentang penulisan tugas akhir.
11. Ibu Vivi Nurkhalifah selaku owner siapnikah.id yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di *wedding organizer* siapnikah.id
12. Reza Ardian Putra selaku diri sendiri yang telah sabar dan tekun untuk menyelesaikan S1 serta penyusunan tugas akhir ini.
13. Ibu Anisa Putri Kusumaningrum, S.st.par., M.M. Selaku Dosen pembimbing akademik penulis terimakasih atas bimbingan yang telah diberikan selama masa perkuliahan penulis..



DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan penelitian.....	4
D. Kegunaan penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
B. Keterkaitan Antar Variabel Peneletian.....	13
C. Penelitian Terdahulu.....	15
D. Kerangka Analisis	19
E. Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Objek Penelitian.....	21
B. Rencana Dan Tahap Penelitian.....	21
C. Data Penelitian	22
1. Sumber Data dan Jenis Data	22
2. Populasi Dan Sampel	23
3. Teknik dan alat pengumpulan data	23
D. Jenis variabel yang digunakan	25
1. Variabel <i>Indenpenden</i>	25
2. Variabel <i>Dependen</i>	25
E. Definsi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	25

F. Metode Analisis	30
1. Analisis Statistik Deskriptif	30
2. Analisis Regresi Linier Berganda	31
3. Uji Instrumen	31
4. Uji Asumsi Klasik	32
5. Uji Kelayakan Model	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	36
B. Hasil Pengolahan Data	41
C. Pembahasan Hasil Penelitian	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran	54
DAFTAR REFERENSI	56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Responden berdasarkan usia	38
Gambar 4. 2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	39
Gambar 4. 3 Responden berdasarkan pendidikan	39
Gambar 4. 4 Responden berdasarkan pekerjaan	40
Gambar 4. 5 Responden berdasarkan pendapatan.....	40
Gambar 4. 6 Responden berdasarkan domisili.....	41



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Rencana dan Tahapan Penlitan	21
Tabel 3.2 Skala Likert	24
Tabel 3.3 Operasional Indikator.....	26
Tabel 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	42
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.5 Hasil Uji multikolinieritas.....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi	47
Tabel 4.8 Hasil Uji T.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Anova (F)	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	50
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	51

