

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, MEDIA  
SOSIAL DAN *KOREAN WAVE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN  
BRAVE ACADEMY DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Ferawati  
180910235**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, MEDIA  
SOSIAL DAN *KOREAN WAVE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN  
BRAVE ACADEMY DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh  
Ferawati  
180910235**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2022**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ferawati  
NPM : 180910235  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa naskah yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Media Sosial dan *Korean Wave* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Brave Academy di Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Media Sosial dan *Korean Wave* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Brave Academy di Kota Batam” ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 21 Januari 2022



**Ferawati**  
**180910235**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, MEDIA  
SOSIAL DAN *KOREAN WAVE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN  
BRAVE ACADEMY DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh  
Ferawati  
180910235**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 21 Januari 2022**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Syaifullah', with a horizontal line underneath the name.

**Syaifullah, S.E., M.M.  
Pembimbing**



---

**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Seiring berkembangnya tren dan budaya antara masyarakat, hal ini meningkatkan minat masyarakat terhadap seni tari. Tidak seperti dulu, orang yang menyukai tari hanya belajar secara informal dan tanpa guru, sekarang ini seni tari juga dipelajari di institusi dan studio formal. Bahkan dari BP Batam sendiri juga memiliki antusias untuk mendukung peningkatan pariwisata melalui acara yang memfokuskan pada seni tari yang diselenggarakan tahun 2018 yaitu Batam Menari. Oleh karena itu, penelitian ini dilaksanakan pada Brave Academy, yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa pengajaran seni tari. Adapun beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Brave Academy, yaitu 1) Penurunan jumlah pelanggan dari tahun ke tahun; 2) Jumlah pelanggan pada tiap pengajar sangat jauh perbedaannya karena preferensi konsumen terhadap pengajar tertentu sangat tinggi; 3) Jarangnya penggunaan media sosial sebagai media promosi dan informasi; dan 4) Jumlah pelanggan pada jenis kelas lain sangat rendah di banding dengan kelas *k-pop*. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, media sosial, dan *korean wave* terhadap keputusan pembelian pada pelanggan Brave Academy di Kota Batam. Objek dari penelitian ini hanya dibatasi pada kualitas pelayanan, media sosial, dan *korean wave* sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam menentukan jumlah sampel adalah sampel probabilitas, yaitu menggunakan metode acak sederhana. Sampel yang diambil dari penelitian sebanyak 103 responden yang merupakan pelanggan Brave Academy. Metode pengumpulan data penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan data yang diolah melalui program IBM SPSS Statistics 25. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan, media sosial, dan *korean wave* terhadap keputusan pembelian secara parsial ataupun simultan.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian; *Korean Wave*; Kualitas Pelayanan; Media Sosial.

## ABSTRACT

*As trends and culture develop between people, this increases people's interest in dance. Unlike in the past, those who loved dance only learned informally without a teacher, now dance is also learned in formal institutions. Even BP Batam itself has enthusiasm to increase in tourism through an event in 2018 that focuses in dance, namely Batam Menari. Therefore, this research was conducted at Brave Academy, which is engaged in dance teaching services. Several problems faced by Brave Academy, namely: 1) Decrease of customers from year to year; 2) High difference amount of each teacher's customer because of consumer preferences for certain teachers are very high; 3) Infrequent use of social media for promotion and information; and 4) The number of customers in other genre classes is very low compared to k-pop class. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, social media, and korean wave on purchase decisions of Brave Academy's customer in Batam City. The object of this research is only limited to service quality, social media, and korean wave as independent variables and purchase decisions as the dependent variable. The method used in the research is quantitative research. The sampling technique in determining the number of samples is probability sampling, which is using the simple random sampling method. The sample taken for the research is 103 respondents who are customers of Brave Academy. The research data collection method was carried out by distributing questionnaires and data processed through the program IBM SPSS Statistics 25. The analysis technique in this study is multiple linear analysis to determine the effect between the independent variable and the dependent variable. The results of this study indicate that there is a positive and significant influence of service quality, social media, and korean wave on purchase decision.*

**Keywords:** *Korean Wave;Purchase Decision; Service Quality; Social Media.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S. Kom., M. SI selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Mauli Siagian, S. Kom., M. Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Syaifullah, S.E., M.M. selaku pembimbing skripsi yang telah membina, mendidik, dan memberikan pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis dalam menuliskan skripsi ini.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Bapak Jeffrey Kustian selaku pemilik Brave Academy Batam yang telah memberikan izin dan dukungan untuk melakukan penelitian di Brave Academy.
7. Keluarga, saudara, dan sahabat yang telah memberikan dukungan, dorongan, dan doa sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan lancar dan baik.
8. Para pengajar dan staff Brave Academy yang sudah memberikan masukan dan dukungan selama penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 21 Januari 2022



Ferawati





---

**Universitas Putera Batam**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b>	
<b>SURAT PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	7
1.3. Batasan Masalah .....	8
1.4. Rumusan Masalah .....	8
1.5. Tujuan Penelitian .....	9
1.6. Manfaat Penelitian .....	9
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	9
1.6.2. Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1. Kajian Teori .....	11
2.1.1. Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.1.2. Jenis Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.1.3. Pendekatan Kualitas Pelayanan .....	12
2.1.1.4. Cara Peningkatan Kualitas Pelayanan .....	13
2.1.1.5. Indikator Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.2. Media Sosial .....	15
2.1.2.1. Pengertian Media Sosial .....	15
2.1.2.2. Jenis Media Sosial.....	16
2.1.2.3. Peranan Media Sosial.....	17
2.1.2.4. Indikator Media Sosial .....	17
2.1.3. <i>Korean Wave</i> .....	18
2.1.3.1. Pengertian <i>Korean Wave</i> .....	18
2.1.3.2. Bentuk <i>Korean Wave</i> di Indonesia .....	19
2.1.3.3. Klasifikasi Ketergantungan pada <i>Korean Wave</i> .....	20
2.1.3.4. Indikator <i>Korean Wave</i> .....	21
2.1.4. Keputusan Pembelian .....	21
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	21
2.1.4.2. Tahap Keputusan Pembelian.....	22
2.1.4.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	23

2.1.4.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	24
2.2. Penelitian Terdahulu .....	24
2.3. Kerangka Pemikiran.....	26
2.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.2. Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian .....	27
2.3.3. Pengaruh <i>Korean Wave</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	27
2.3.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Media Sosial, dan <i>Korean Wave</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	28
2.4. Hipotesis Penelitian .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	30
3.2. Sifat Penelitian .....	30
3.3. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	31
3.3.1. Lokasi Penelitian .....	31
3.3.2. Jadwal Penelitian .....	31
3.4. Populasi dan Sampel .....	32
3.4.1. Populasi Penelitian.....	32
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel .....	32
3.4.3. Teknik <i>Sampling</i> .....	33
3.5. Sumber Data.....	33
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	34
3.6.1. Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6.2. Alat Pengumpulan Data.....	35
3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
3.7.1. Variabel Independen.....	35
3.7.2. Variabel Dependen .....	37
3.8. Metode Analisis Data.....	38
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	39
3.8.2. Uji Kualitas Data .....	39
3.8.2.1. Uji Validitas .....	39
3.8.2.2. Uji Reabilitas .....	39
3.8.3. Uji Asumsi Klasik .....	40
3.8.3.1. Uji Normalitas.....	40
3.8.3.2. Uji Multikolinieritas.....	40
3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.8.4. Uji Pengaruh .....	41
3.8.4.1. Uji Regresi Linear Berganda .....	41
3.8.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	42
3.9. Uji Hipotesis .....	42
3.9.1. Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	42
3.9.2. Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	44
4.1.1. Gambar Umum Objek Penelitian.....	44
4.1.2. Logo Objek Penelitian .....	44
4.1.3. Deskripsi Karakteristik Responden .....	44

4.1.3.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
4.1.3.2. Data Responden Berdasarkan Umur .....	45
4.1.3.3. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
4.1.3.4. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelas .....	47
4.1.4. Deskripsi Jawaban Responden .....	48
4.1.4.1. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	48
4.1.4.2. Analisis Deskriptif Variabel Media Sosial .....	50
4.1.4.3. Analisis Deskriptif Variabel <i>Korean Wave</i> .....	51
4.1.4.4. Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	52
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data .....	54
4.1.5.1. Hasil Uji Validitas.....	54
4.1.5.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	56
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	56
4.1.6.1. Hasil Uji Normalitas .....	56
4.1.6.2. Hasil Uji Multikolinieritas .....	58
4.1.6.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	59
4.1.7. Hasil Uji Pengaruh.....	60
4.1.7.1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	60
4.1.7.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis.....	62
4.1.8.1. Hasil Uji Secara Parsial (Uji T).....	62
4.1.8.2. Hasil Uji Secara Simultan (Uji F).....	63
4.2. Pembahasan.....	64
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	67
5.1 Simpulan .....	67
5.2 Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	x
<b>LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1. 1</b> Data Jumlah Pelanggan Tahun 2019-2021 .....	2
<b>Gambar 1. 2</b> Data Jumlah Pelanggan Berdasarkan Pengajar.....	3
<b>Gambar 1. 3</b> Data Jumlah Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelas .....	6
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran .....	28
<b>Gambar 4. 1</b> Hasil Uji Normalitas (Histogram) .....	56
<b>Gambar 4. 2</b> Hasil Uji Normalitas (P-plot).....	57
<b>Gambar 4. 3</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot).....	59

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1. 1</b> Data Frekuensi Penggunaan Media Sosial .....	5
<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....	25
<b>Tabel 3. 1</b> Jadwal Penelitian.....	31
<b>Tabel 3. 2</b> Skala Likert .....	34
<b>Tabel 3. 3</b> Tabel Operasional Variabel.....	37
<b>Tabel 4. 1</b> Persentase Jenis Kelamin .....	45
<b>Tabel 4. 2</b> Persentase Umur.....	45
<b>Tabel 4. 3</b> Persentase Pekerjaan .....	46
<b>Tabel 4. 4</b> Persentase Jenis Kelas .....	47
<b>Tabel 4. 5</b> Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	48
<b>Tabel 4. 6</b> Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Media Sosial ( $X_2$ ).....	50
<b>Tabel 4. 7</b> Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Korean Wave ( $X_3$ )....	51
<b>Tabel 4. 8</b> Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	53
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan.....	54
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji Validitas Instrumen Media Sosial.....	55
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Validitas Instrumen Korean Wave.....	55
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian.....	55
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	56
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji One-sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	58
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji Multikolinieritas.....	58
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
<b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	60
<b>Tabel 4. 18</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	61
<b>Tabel 4. 19</b> Hasil Uji T (Parsial) .....	62
<b>Tabel 4. 20</b> Hasil Uji T (Simultan).....	63

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3. 1</b> Uji Regresi Linear Berganda .....	41