

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital serta meningkatnya penggunaan media sosial telah membawa perubahan besar dalam perilaku konsumen terutama dalam proses pembelian produk secara daring. Facebook, sebagai salah satu situs di dunia yang terpopuler, digunakan untuk lebih dari sekedar berinteraksi, tetapi juga menjadi sarana pemasaran dan transaksi jual beli, termasuk dalam pembelian makanan. Penelitian ini bertujuan guna memahami bagaimana promosi, kemudahan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi Facebook pada masyarakat Desa Permis dan Rajik, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan melibatkan 96 responden terdiri dari masyarakat pengguna aplikasi Facebook sebagai media transaksi jual beli makanan. Metode pengumpulan datanya menggunakan kuesioner berbasis google form yang dibagikan lewat media sosial, sehingga masyarakat dapat mengisi pertanyaan step by step dengan penentuan pilihan jawaban menggunakan skala likert, serta berupa hard file yang disebarakan secara langsung oleh peneliti. Teknik pengolahan data dengan mengaplikasikan software Smart PLS 4.0 dan dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian memperlihatkan promosi, kemudahan, dan kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan melalui aplikasi Facebook. Nilai t-statistik untuk variabel promosi $3,418 > 1,96$ dengan p-value $0,001 < 0,05$. Variabel kemudahan dengan t-statistik $2,062 > 1,96$ dan p-value $0,039 < 0,05$. Variabel kepercayaan mempunyai t-statistik $2,615 > 1,96$ t-tabel, dengan p-value adalah $0,009 < 0,05$. Temuan ini memberikan wawasan bagi pelaku usaha untuk lebih fokus dalam meningkatkan kualitas promosi, mempermudah proses pembelian, serta membangun kepercayaan pelanggan guna memaksimalkan pengaruh terhadap keputusan pembelian melalui aplikasi Facebook.

Kata Kunci: Facebook, Keputusan Pembelian, Promosi, Kemudahan, dan Kepercayaan.

ABSTRACT

Advances in digital technology and the increasing use of social media have brought major changes in consumer behavior, especially in the process of purchasing products online. Facebook, as one of the most popular sites in the world, is used for more than just interaction, but it is also a means of marketing and buying and selling transactions, including food purchases. This study aims to understand how promotion, convenience and trust affect food purchase decisions through the Facebook application in the people of Permis and Rajik Villages, Bangka Belitung Islands Province. This study uses a quantitative approach and involves 96 respondents consisting of people who use the Facebook application as a medium for buying and selling food. The data collection method uses a google form-based questionnaire that is shared via social media, so that the public can fill out questions step by step by choice by determining answer choices using the Likert scale, as well as in the form of hard files that are distributed directly by the researcher. Data processing techniques by applying Smart PLS 4.0 software and analyzed descriptively. The results of the study showed that promotion, convenience, and trust partially affected the decision to purchase food through the Facebook application. The t-statistical value for the promotional variable was $3.418 > 1.96$ with a p-value of $0.001 < 0.05$. The convenience variable with a t-value of $2.062 > 1.96$ and a p-value of $0.039 < 0.05$. The confidence variable had a t-statistic of $2.615 > 1.96$ t-table, with a p-value of $0.009 < 0.05$. These findings provide insight for business actors to focus more on improving the quality of promotions, simplifying the purchase process, and building customer trust to maximize the influence on purchasing decisions through the Facebook application.

Keywords: Facebook, Purchase Decision, Promotion, Convenience, and Trust.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatulahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, Puji dan Syukur kita panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Makanan melalui Aplikasi Facebook pada Masyarakat Desa Permis dan Rajik Provinsi Kepulauan Bangka Belitung”. Shalawat dan salam kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Allah S.W.T atas rahmat dan hidayah-Nya telah memberikan kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Bapak Prof. Dr. Muhammad Adil, M.A selaku Plt. Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Bapak Dr. Heri Junaidi, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
4. Bapak M. Iqbal, S.H., M.E selaku Ketua Prodi S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
5. Ibu Citra Pertiwi, S.E.I, M.E selaku Sekretaris Prodi S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

6. Bapak Mahmud Alfian Jamil, M.I.K.H. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan arahan, saran serta pemikirannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
7. Bapak Muhamad Rahman Bayumi, M.E. selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan saran, bimbingan dan pengarahan dengan sabar.
8. Bapak Dr. Rinol Sumantri, M.E.I. sebagai Dosen Penasehat Akademik yang telah banyak membimbing, membantu, dan memberikan arahan dalam pemilihan judul penelitian serta pemilihan mata kuliah yang diambil selama masa perkuliahan.
9. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama dibangku kuliah.
10. Kedua orang tua, saudara dan saudari, orang terdekat, serta keluarga besar yang telah memberikan do'a, semangat, dukungan serta saran sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
11. Teman seperjuangan IC EKSIA 2021, yang telah mendukung, membantu, memberikan semangat dan saran yang telah berikan dan senantiasa bersama sejak semester awal hingga sekarang.
12. Teruntuk pemilik nama Rio Rivaldo, walau namamu belum tentu tertulis jelas di *Lauhul Mahfudz* untukku. Sebagai teman, sahabat dan orang terdekat, Terimakasih telah memberikan dukungan moril dan emosional disetiap proses yang saya lalui.
13. *Last but not least*. Terimakasih untuk Balon, kamu sudah bertahan, tidak menyerah dan terus berjuang. Mampu menyelesaikan proses penyusunan karya tulis ilmiah ini dengan sebaik dan semaksimal mungkin, ini adalah awal dari proses selanjutnya, tetap semangat.

Atas segala bantuan dan bimbingan serta kerjasama yang baik yang telah diberikan selama menyelesaikan penelitian ini, maka penulis ucapkan terimakasih dan hanya memanjatkan doa semoga kebaikan tersebut dibalas dengan pahala yang berlipat ganda dan merupakan suatu amalan kebaikan disisi Allah SWT. Disini penulis juga menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga dapat mencapai maksud yang diinginkan dan dapat menjadi tulisan yang berguna bagi semua pihak.

Palembang, 24 April 2025

Penulis

Afriza Leonita

2110602015

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	vi
NOTA DINAS.....	vii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
KATA PENGANTAR.....	xvii
DAFTAR ISI.....	xx
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah.....	17
C. Rumusan Masalah	17
D. Tujuan Penelitian	17
E. Manfaat Penelitian	18
F. Sistematika Penelitian	20
BAB II LANDASAN TEORI	22
A. Kajian Teori	22
B. Variabel-Variabel.....	33
C. Penelitian Terdahulu	37
D. Kerangka Berpikir.....	41
E. Pengembangan Hipotesis	42
F. Tinjauan Pustaka	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Desain Penelitian.....	48
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	48

C. Objek Penelitian.....	48
D. Populasi Dan Sampel	49
1. Populasi	49
2. Sampel.....	49
E. Jenis Dan Sumber Data	50
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	52
1. Variabel Penelitian	52
2. Definisi Operasional.....	52
H. Teknik Dan Analisis Pengolahan Data	54
1. Teknik Analisis Data	54
2. Teknik Pengolahan Data.....	56
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Deskripsi Data.....	58
B. Karakteristik Responden	58
C. Hasil Analisis Data.....	60
1. Outer Loading Faktor	60
2. Uji Reliabilitas dan Validitas.....	63
3. Uji Korelasi Diskriminan	66
4. Pengujian Strukturan Model (Inner Model)	67
5. Pengujian Hipotesis	69
6. Pembahasan Hasil Analisis Data	72
BAB V PENUTUP	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Negara Pengguna Facebook Terbanyak Pada Tahun 2025.....	3
Tabel 1.2 Pengguna facebook di Indonesia berdasarkan kelompok usia (2024)....	4
Tabel 1.3 <i>Research Gap</i> Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Facebook	11
Tabel 1.4 <i>Research Gap</i> Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Facebook	13
Tabel 1.5 <i>Research Gap</i> Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Facebook	15
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Jumlah Kepala Keluarga	49
Tabel 3.2 Skala Likert	51
Tabel 3.3 Definisi Variabel, Indikator, dan Skala.....	52
Tabel 4.1 Hasil <i>Outer Loading</i> Indikator Sebelum re-estimasi	61
Tabel 4.2 Hasil <i>Outer Loading</i> Indikator Setelah re-estimasi.....	63
Tabel 4.3 <i>Construct Reliability</i> dan <i>Validity</i>	64
Tabel 4.4 <i>Cross Loading</i> Nilai <i>Discriminant Validity</i>	66
Tabel 4.5 Nilai <i>R-Square</i>	68
Tabel 4.6 Hasil <i>Path Coefficients</i>	70
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1.2 Pengguna Aktif Bulanan Facebook di Dunia	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Faktor X terhadap Faktor Y	42
Gambar 4.1 Alamat	59
Gambar 4.2 Usia.....	59
Gambar 4.3 Jenis Kelamin	60
Gambar 4.4 Diagram path sebelum re-estimasi	61
Gambar 4.5 Diagram path setelah re-estimasi	62
Gambar 4.6 Grafik <i>Cronbach alpha</i>	65
Gambar 4.7 Grafik ρ_A	65
Gambar 4.8 Grafik <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	66
Gambar 4.9 Grafik <i>R-Square</i>	68
Gambar 4.10 Hasil Model Penelitian	70