

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

**Judul : Pengaruh *Social Media Marketing* Facebook Terhadap Minat Beli
Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli**

I. Kriteria Responden

- a. Responden adalah pengguna aktif facebook yang setidaknya menggunakan *platform* tersebut satu kali dalam seminggu.
- b. Responden adalah *followers* akun sosial media facebook Quinsha Baker.
- c. Responden pernah melihat atau terpapar konten promosi Quinsha Bakery melalui facebook.
- d. Responden pernah melakukan pembelian terhadap produk Quinsha Bakery setelah melihat konten promosi Quinsha Bakery melalui facebook.

Jika semua kriteria diatas TERPENUHI maka silahkan lanjutkan untuk mengisi kuesioner, jika kriteria diatas TIDAK TERPENUHI silahkan berhenti untuk mengisi kuesioner. Terimakasih.

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Lengkapilah Identitas Responden terlebih dahulu.
2. Pada bagian jenis kelamin, usia, alamat, pendidikan terakhir dan pekerjaan silahkan berikan tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang tersedia yang menurut saudara/i paling sesuai.
3. Untuk menjawab pernyataan kuesioner, silahkan berikan tanda centang (✓) pada salah satu dari 5 alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan pengalaman saudara/i.

Berikut adalah bobot dari masing-masing respon terhadap pernyataan yang diberikan:

Sangat Setuju	= SS
Setuju	= S
Ragu-Ragu	= RR

Tidak Setuju = TS
Sangat Tidak Setuju = STS

III. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia :
☐ ≤ 20 ☐ 31 – 35
☐ 21 – 25 ☐ 36 – 40
☐ 26 – 30 ☐ > 40
4. Alamat :
☐ Nias ☐ Nias Utara
☐ Nias Barat ☐ Gunungsitoli
☐ Nias Selatan
5. Pendidikan Terakhir :
☐ SD/Sederajat ☐ SMA/SMK/Sederajat
☐ SMP/Sederajat ☐ Diploma/Sederajat
6. Pekerjaan :
☐ Mahasiswa/Pelajar ☐ Wiraswasta
☐ PNS ☐ Tidak Bekerja
☐ TNI/POLRI ☐ Lainnya
☐ Karyawan Swasta

Social Media Marketing (X)

Indikator	No	Pernyataan	Respon				
			SS	S	RR	TS	STS
Context	1	Saya merasa konten yang diunggah oleh Quinsha Bakery di media sosial facebook menarik dan sesuai dengan kebutuhan saya.					
	2	Konten yang ditampilkan Quinsha Bakery di media sosial facebook memberikan					

		informasi yang jelas mengenai produk yang ditawarkan.					
<i>Communication</i>	3	Quinsha Bakery secara aktif berinteraksi dengan pelanggan melalui media sosial facebook (misalnya, membalas komentar dan pesan).					
	4	Saya merasa nyaman bertanya tentang produk Quinsha Bakery melalui media sosial facebook.					
<i>Collaboration</i>	5	Quinsha Bakery sering mengadakan promosi yang melibatkan pelanggan di media sosial facebook.					
	6	Saya merasa Quinsha Bakery mendukung keterlibatan pelanggan dalam memberikan ulasan atau testimoni tentang produk mereka.					
<i>Connection</i>	7	Saya merasa lebih dekat dengan Quinsha Bakery karena sering melihat aktivitas mereka di media sosial facebook.					
	8	Saya mengikuti akun media sosial facebook Quinsha Bakery karena merasa memiliki keterikatan dengan merek tersebut.					

Minat Beli (Y)

Indikator	No	Pernyataan	Respon				
			SS	S	RR	TS	STS
Minat Eksploratif	9	Konten yang diunggah Quinsha Bakery di media sosial facebook mendorong saya untuk mengetahui lebih lanjut tentang produk mereka.					
	10	Saya tertarik untuk mengikuti akun media sosial facebook Quinsha Bakery guna mendapatkan informasi terbaru tentang produk dan promosi mereka.					

Minat Transaksional	11	Saya merasa terdorong untuk membeli produk Quinsha Bakery setelah melihat promosi mereka di media sosial facebook.					
	12	Saya merasa lebih yakin untuk melakukan pembelian setelah melihat foto atau video produk Quinsha Bakery di media sosial facebook.					
Minat Refrensial	13	Konten promosi Quinsha Bakery di Facebook membuat saya ingin menyarankan produk mereka kepada keluarga dan teman.					
	14	Saya akan memberikan testimoni positif tentang Quinsha Bakery di media sosial setelah terpapar dengan promosi mereka di Facebook.					
Minat Preferensial	15	Saya akan tetap memilih Quinsha Bakery meskipun ada toko roti lain yang menawarkan produk serupa.					
	16	Saya merasakan dorongan kuat untuk menjadikan Quinsha Bakery sebagai pilihan utama dibandingkan merek <i>bakery</i> lainnya.					

Jadwal Penelitian

[illegible]

Hasil Angket

No. Resp	Pernyataan																	
	Social Media Marketing (X)									Minat Beli Konsumen (Y)								
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	Total X	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total Y
1	4	4	3	4	3	5	4	5	32	1	5	4	3	5	4	3	1	26
2	2	4	2	3	3	4	2	3	23	4	2	2	2	4	1	4	4	23
3	4	4	5	3	5	3	3	5	32	2	4	4	4	5	5	2	4	30
4	4	3	5	5	4	4	3	2	30	4	4	4	3	5	4	3	2	29
5	2	5	5	4	4	3	5	5	33	5	5	5	3	3	4	2	4	31
6	3	3	2	5	2	2	4	2	23	2	3	2	2	4	1	3	4	21
7	1	4	2	1	3	5	1	1	18	4	1	5	4	4	1	2	4	25
8	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	3	3	4	5	3	2	4	27
9	5	5	4	4	1	5	5	3	32	2	3	3	5	4	4	5	1	27
10	5	4	5	4	2	2	3	3	28	5	4	5	3	4	4	5	1	31
11	5	3	5	3	1	3	1	1	22	2	2	2	4	4	4	1	2	21
12	4	4	4	5	4	4	4	5	34	4	4	4	5	5	4	5	4	35
13	1	3	3	3	3	4	3	3	23	3	3	3	3	5	3	3	2	25
14	1	3	1	2	2	3	2	1	15	3	1	1	3	4	1	2	2	17
15	3	2	4	4	5	5	3	4	30	4	1	1	1	4	3	4	1	19
16	5	4	2	4	5	5	5	5	35	5	5	3	5	3	4	3	5	33
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	5	4	4	4	33
18	3	5	5	4	5	3	3	3	31	3	4	5	4	4	3	3	4	30
19	4	4	3	3	5	3	4	3	29	4	4	5	4	5	3	3	2	30
20	2	5	5	5	5	4	4	4	34	4	2	2	2	3	1	2	3	19
21	3	3	3	3	4	3	3	4	26	3	3	3	3	5	4	3	3	27
22	2	4	4	3	4	4	4	2	27	4	5	4	5	4	5	3	2	32
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
24	2	3	2	2	2	2	2	2	17	2	2	2	2	3	2	2	2	17
25	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	4	3	3	3	25
26	5	4	5	3	5	3	3	3	31	5	4	1	3	3	3	2	3	24
27	3	4	4	4	3	4	4	4	30	4	4	3	4	5	4	4	3	31
28	4	4	3	4	1	5	3	2	26	5	5	5	3	3	3	2	2	28
29	1	2	2	1	1	1	2	1	11	2	1	1	2	3	1	5	2	17
30	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	3	2	3	5	1	3	3	23
31	2	4	1	1	1	4	2	4	19	4	4	3	3	4	1	2	3	24
32	4	4	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
33	4	4	5	5	5	5	5	3	36	4	4	2	3	5	4	5	4	31
34	4	4	3	3	5	3	4	3	29	4	4	5	4	3	3	3	2	28
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	3	5	4	4	5	5	36
36	5	5	4	5	3	4	4	4	34	3	3	3	3	3	3	4	5	27

No. Resp	Pernyataan																	
	Social Media Marketing (X)									Minat Beli Konsumen (Y)								
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	Total X	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total Y
37	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	5	4	4	4	33
38	3	4	4	4	3	4	3	2	27	5	5	2	4	4	3	4	3	30
39	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
40	3	3	2	4	4	2	2	1	21	3	2	1	3	5	2	2	3	21
41	3	4	3	2	5	5	4	3	29	5	4	1	2	3	3	1	2	21
42	5	4	4	4	5	5	4	5	36	5	5	4	5	4	4	5	4	36
43	2	3	4	5	2	3	2	3	24	2	3	4	4	3	2	1	2	21
44	4	4	3	3	3	4	3	4	28	4	3	3	3	5	3	4	3	28
45	3	3	4	5	3	4	3	3	28	4	4	5	3	3	3	4	3	29
46	1	3	4	2	2	4	3	2	21	3	1	2	1	3	2	3	3	18
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	5	5	5	39
48	1	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1	3	1	1	1	10
49	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	4	3	3	3	25
50	2	3	4	4	5	5	4	5	32	5	3	4	4	3	4	4	5	32
51	5	4	3	4	4	3	5	2	30	4	5	4	4	5	4	5	3	34
52	1	2	1	3	1	2	1	2	13	1	1	2	3	4	2	1	2	16
53	3	4	4	3	4	3	3	2	26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
54	1	2	3	1	2	5	2	3	19	2	2	1	2	5	3	3	3	21
55	2	2	2	2	1	1	2	2	14	2	2	1	2	3	1	2	1	14
56	4	3	4	3	3	4	3	3	27	4	3	2	3	4	4	3	3	26
57	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
58	5	4	4	4	5	5	4	4	35	4	5	4	3	5	4	4	3	32
59	2	3	1	2	2	2	1	2	15	2	1	2	3	4	1	2	1	16
60	4	3	4	5	2	4	4	3	29	4	3	2	3	3	2	4	2	23
61	2	3	2	3	2	2	1	1	16	1	1	4	3	5	1	4	4	23
62	1	2	1	1	2	1	2	3	13	1	1	1	2	3	1	3	1	13
63	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	4	4	5	5	5	38
64	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
65	5	5	4	5	4	4	3	4	34	5	5	4	5	5	4	5	4	37
66	4	3	4	3	4	4	4	3	29	4	4	3	3	4	2	4	3	27
67	5	3	5	4	4	4	4	5	34	5	5	3	5	3	5	5	4	35
68	2	3	2	3	2	2	2	2	18	2	2	2	2	5	2	3	2	20
69	1	2	2	2	3	4	5	5	24	4	3	5	5	3	3	2	2	27
70	4	4	4	4	5	4	3	5	33	5	5	4	4	4	4	5	5	36
71	4	5	4	5	4	4	5	4	35	4	4	4	4	3	4	4	4	31
72	3	4	4	4	3	4	4	4	30	5	5	4	4	5	5	4	4	36
73	5	4	4	3	5	4	3	3	31	4	3	3	3	4	2	3	2	24
74	4	5	5	5	4	5	4	5	37	5	4	4	4	3	3	4	3	30

Hasil Olah Data SPSS

1. Uji Validitas

		Correlations								
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	Total X
X.1	Pearson Correlation	1	.580**	.603**	.616**	.471**	.448**	.521**	.517**	.765**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X.2	Pearson Correlation	.580**	1	.582**	.602**	.563**	.555**	.629**	.490**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X.3	Pearson Correlation	.603**	.582**	1	.689**	.541**	.512**	.555**	.540**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X.4	Pearson Correlation	.616**	.602**	.689**	1	.501**	.507**	.618**	.540**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X.5	Pearson Correlation	.471**	.563**	.541**	.501**	1	.575**	.646**	.555**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X.6	Pearson Correlation	.448**	.555**	.512**	.507**	.575**	1	.647**	.554**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X.7	Pearson Correlation	.521**	.629**	.555**	.618**	.646**	.647**	1	.627**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X.8	Pearson Correlation	.517**	.490**	.540**	.540**	.555**	.554**	.627**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Total_X	Pearson Correlation	.765**	.781**	.800**	.806**	.778**	.759**	.829**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.659**	.478**	.506**	-.046	.462**	.428**	.499**	.725**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.652	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.2	Pearson Correlation	.659**	1	.642**	.669**	.109	.727**	.471**	.490**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.285	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.3	Pearson Correlation	.478**	.642**	1	.642**	.067	.569**	.371**	.428**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.514	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.4	Pearson Correlation	.506**	.669**	.642**	1	.120	.624**	.423**	.521**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.239	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.5	Pearson Correlation	-.046	.109	.067	.120	1	.155	.200*	.150	.264**
	Sig. (2-tailed)	.652	.285	.514	.239		.128	.048	.140	.009
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.6	Pearson Correlation	.462**	.727**	.569**	.624**	.155	1	.447**	.438**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.128		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.7	Pearson Correlation	.428**	.471**	.371**	.423**	.200*	.447**	1	.460**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.048	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.8	Pearson Correlation	.499**	.490**	.428**	.521**	.150	.438**	.460**	1	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.140	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Total_Y	Pearson Correlation	.725**	.864**	.762**	.805**	.264**	.798**	.673**	.706**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X.1	23.84	41.231	.671	.901
X.2	23.52	44.768	.724	.898
X.3	23.74	41.965	.729	.895
X.4	23.72	41.934	.738	.894
X.5	23.87	41.147	.690	.899
X.6	23.59	42.986	.680	.899
X.7	23.92	42.158	.772	.892
X.8	23.94	42.285	.689	.899

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	23.21	32.644	.620	.844
Y.2	23.43	29.567	.799	.820
Y.3	23.69	31.534	.661	.839
Y.4	23.43	32.351	.734	.832
Y.5	22.88	40.170	.139	.884
Y.6	23.76	31.115	.711	.832
Y.7	23.57	33.649	.558	.851
Y.8	23.74	33.408	.603	.846

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized
			Residual
N			98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.31797268
Most Extreme Differences	Absolute		.083
	Positive		.040
	Negative		-.083
Test Statistic			.083
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.089
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.094
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.087
		Upper Bound	.102

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

4. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.413	.835		1.693	.094
	Social Media Marketing	.040	.030	.136	1.348	.181

a. Dependent Variable: ABS_RES

5. Analisis Regresi Linier Sederhana dan Uji T

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.231	1.290		4.830	.000
	Social Media Marketing	.758	.046	.860	16.528	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.740	.737	3.33521

a. Predictors: (Constant), Social Media Marketing

b. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Tabel R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430

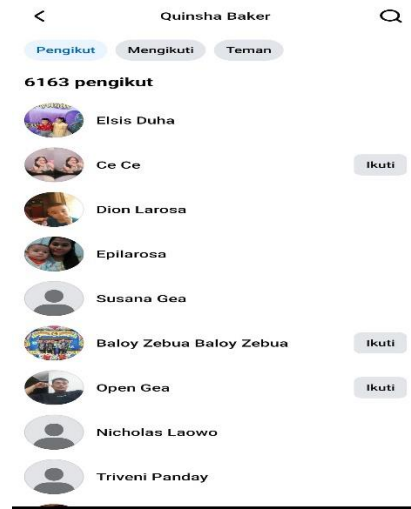
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel T

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Dokumentasi Foto Penelitian







YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

Gunungsitoli, 21 november 2024

Perihal : Pengajuan Judul Rancangan Penelitian

Kpd Yth.
Dosen Pembimbing Skripsi
Bapak Nov Elhan Gea, S.E., M.M.

Dengan hormat,

1. Saya yang bertanda tangan di bawah ini;

Nama : HARRY CHRISMAN HALAWA

NIM : 2321163

Jumlah SKS yang sudah diselesaikan : 127 SKS

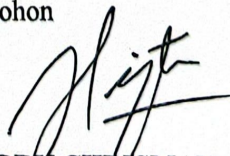
Dengan ini mengajukan Judul Rancangan Penelitian dan memohon kepada Bapak/Tbu kiranya dapat berkenan menyetujui salah satu judul yang saya ajukan di bawah ini:

No	Rancangan Judul Penelitian	Persetujuan	
		Tanggal	Paraf
1	Pengaruh <i>Social Media Marketing Facebook</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli	21 / 11 - 2024	
2	Analisis Preferensi Konsumen dan Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Quinsha Bakery di Gunungsitoli		
3	Analisis Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan Quinsha Bakery Gunungsitoli		

2. Dengan permohonan ini saya ajukan dengan harapan semoga Bapak/Tbu dapat mempertimbangkannya.

Hormat saya,

Pemohon



HARRY CHRISMAN HALAWA

NIM. 2321163



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

OUTLINE TOPIK PENELITIAN SKRIPSI

Nama : HARRY CHRISMAN HALAWA
NIM : 2321163
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Judul	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli
Fenomena	Media sosial pada saat ini tidak hanya menjadi sarana untuk berkomunikasi saja, namun sosial media telah menjadi sebuah gaya hidup yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia. Berbagai trend dari media sosial telah terbukti mampu mempengaruhi preferensi orang-orang, terbukti akhir-akhir ini sering terdengar kalimat “standar media sosial”. Hal ini membuat orang-orang cenderung mengikuti apa yang sedang trend di media sosial. Fenomena Ini tentunya berpengaruh terhadap strategi pemasaran yang akan diterapkan oleh para pelaku bisnis. Ditengah persaingan industri bakery yang semakin meningkat di kota Gunungsitoli, Quinsha Bakery memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produk mereka kepada para calon konsumen. Pemilik Quinsha Bakery menargetkan adanya peningkatan penjualan sebesar 25% dari tahun sebelumnya ke tahun berikutnya, namun kenyataan menunjukkan bahwa target tersebut belum tercapai. Misalnya saja, rata-rata penjualan Quinsha Bakery pada tahun 2023 adalah Rp. 503.729.800, kemudian pada periode tahun 2024 (Januari-Oktober) penjualannya menjadi Rp. 597.781.000. Sekilas penjualan dari Quinsha Bakery memang meningkat, namun apa yang ditargetkan oleh pemilik usaha masih

	belum tercapai dikarenakan persentase kenaikan penjualan dari tahun 2023 ke tahun 2024 hanya berada pada angka 19% saja dan belum mencapai angka 25%. Masalah ini mengindikasikan kurang optimalnya strategi pemasaran, khususnya upaya <i>Social Media Marketing</i> (SMM) yang dilakukan melalui media sosial Facebook oleh Quinsha Bakery. SMM sebenarnya memiliki potensi besar untuk meningkatkan minat beli konsumen dengan menciptakan berbagai konten menarik. Namun, jika strategi yang diterapkan kurang tepat, kurang konsisten, atau tidak berhasil menarik perhatian dan membangun kepercayaan konsumen, dampaknya terhadap peningkatan minat beli menjadi minim.
Lokus	Quinsha Bakery
Alamat	Jl. Tuada Daeli, desa hilimbawadesolo, kecamatan gunungsitoli idanoi, kota gunungsitoli
Latar Belakang Masalah	Kemajuan teknologi informasi pada saat ini mendorong semua orang untuk mampu terus beradaptasi serta memanfaatkan perkembangan ini semaksimal mungkin. Rianto & Dozan (2020) mengemukakan bahwa “Teknologi informasi adalah segala hal yang berkaitan dengan proses manipulasi dan pemrosesan informasi”. Berbagai macam jenis teknologi informasi telah merambah ke berbagai aspek kehidupan manusia. Mulai dari kesehatan, pendidikan, bisnis, pemerintahan hingga industri rasanya tidak dapat dilepaskan dari campur tangan teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat ini seperti menghilangkan batasan ruang dan waktu, terbukti dengan proses pertukaran informasi dari lokasi yang berjauhan bisa terjadi hanya dalam hitungan detik saja. Teknologi informasi tentunya tidak terlepas dari yang namanya internet. Nurbaiti & Alfarisyi (2023) mengemukakan jika internet merupakan komunitas besar yang saling terhubung dari berbagai jaringan komputer yang menghubungkan semua orang dengan komputer-komputer diseluruh dunia melalui telepon, satelit dan berbagai perangkat komunikasi lainnya. Asosiasi Penyelenggara

	Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan jika jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengumumkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2024 menembus angka 221 juta jiwa. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa jumlah penduduk yang menggunakan internet tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi, maka tentunya strategi pemasaran juga ikut berkembang. Pada awalnya strategi pemasaran hanya dilakukan dengan cara tradisional secara bertatap muka, namun pada saat ini hadir pula yang namanya Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>). Poltak et al (2021) mengatakan jika pemasaran digital atau <i>digital marketing</i> merupakan salah satu strategi pemasaran yang memiliki tujuan untuk mempromosikan sebuah merek dengan memanfaatkan media digital yang dapat mencapai konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan. Berdasarkan pernyataan tersebut, dengan memanfaatkan berbagai media digital maka tidak lagi mengharuskan adanya pertemuan antara pelaku bisnis dengan konsumen. Hal ini dirasa sangat membantu berbagai pihak karena bisa membuat penggunaan waktu dan biaya menjadi lebih efisien dan efektif. Metode pemasaran secara digital dapat berupa <i>Search Engine Optimization (SEO)</i>, <i>E-mail Marketing</i>, <i>Periklanan online</i>, dan <i>Sosial Media Marketing</i>. Salah satu metode pemasaran digital yang paling banyak digunakan adalah <i>Sosial Media Marketing</i>. Erwin et al (2023) berpendapat jika pemasaran media sosial secara mudah diartikan sebagai pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan bisnis beserta produknya. Adanya perkembangan ini membuat para pelaku usaha harus lebih kreatif dan membuka diri untuk memaksimalkan kegiatan promosi penjualan mereka. Berbagai platform media sosial
--	---

seperti *Tiktok, WhatsApp, Instagram, Facebook*, seharusnya tidak hanya digunakan untuk kebutuhan komunikasi biasa saja (seperti *chatting*). Alangkah baiknya jika berbagai platform media sosial tersebut digunakan juga untuk membantu para pelaku usaha untuk memunculkan minat beli dari konsumen.

Wicaksana & Rachman (2018) mengatakan jika minat beli hadir saat individu telah memperoleh informasi yang memadai tentang produk yang diinginkan dan mempunyai kecenderungan untuk melakukan tindakan sebelum keputusan pembelian benar-benar terjadi. Pernyataan ini berkaitan dan sejalan dengan fungsi sosial media sebagai sarana promosi. Dikarenakan dengan menggunakan media sosial, pelaku bisnis dapat membagikan berbagai informasi mengenai produk kepada semua lapisan pengguna media sosial. Ketika pelaku bisnis membagikan informasi mengenai produk mereka di sosial media, mereka memiliki harapan jika informasi tersebut mampu menggugah minat beli konsumen.

Salah satu jenis bisnis yang tidak bisa terlepas dari perkembangan teknologi informasi ini adalah bisnis yang bergerak pada bidang kuliner. Saat ini di pulau Nias khususnya kota Gunungsitoli, telah banyak hadir bisnis yang bergerak di bidang kuliner khususnya bisnis bakery (bisnis yang menjual berbagai produk kue dan roti). Tentu ini mengakibatkan situasi persaingan diantara bisnis sejenis semakin meningkat. Mereka dituntut untuk memilih dan menggunakan berbagai metode dalam strategi pemasaran mereka termasuk penggunaan social media marketing.

Di Kota Gunungsitoli ada sebuah usaha bakery, usaha ini bernama Quinsha Bakery. Setelah melakukan obeservasi awal, peneliti menemukan fakta jika Quinsha Bakery ikut serta dalam mengambil bagian untuk memanfaatkan teknologi informasi khususnya social media marketing dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif. Quinsha bakery berharap dengan memanfaatkan media sosial, maka minat beli konsumen akan meningkat dan pada akhirnya akan berpengaruh terhadap hasil

penjualan. Berikut data rata-rata penjualan Quinsha Bakery selama 5 Tahun terakhir:

No	Tahun	Penjualan	Peningkatan
1	2020	Rp. 304.087.000	-
2	2021	Rp. 353.678.900	16%
3	2022	Rp. 420.500.000	19%
4	2023	Rp. 503.729.800	20%
5	2024 (Januari – Oktober)	Rp. 597.781.000	19%

Jika dilihat dari tabel, penjualan Quinsha Bakery setiap tahunnya memang mengalami peningkatan, namun peningkatan ini masih belum mencapai apa yang ditargetkan oleh pemilik usaha. Pemilik usaha sebenarnya menargetkan adanya peningkatan penjualan sebesar 25% dari tahun sebelumnya ke tahun berikutnya, namun rata-rata peningkatan penjualan setiap dari tahun sebelumnya ke tahun berikutnya maksimal hanya mencapai 20% saja dan itu terjadi pada tahun 2023. Tentunya hal ini menjadi masalah dikarenakan apa yang menjadi target dari pemilik Quinsha Bakery masih belum tercapai.

Diantara banyaknya media sosial, peneliti melihat jika Quinsha Bakery hanya berfokus pada platform *facebook* dalam melakukan strategi pemasaran social media marketing. Sedangkan pada saat ini, sosial media sudah sangat beragam. Jika dilihat secara nasional, media sosial *facebook* sendiri sudah tidak menjadi *platform* kesukaan orang-orang dan sudah mulai kalah pamor dari *platform* lainnya seperti *TikTok* dan *Instagram*. Hal ini tentu bisa menjadi indikasi jika Quinsha Bakery masih belum beradaptasi sepenuhnya terhadap trend sosial media terkini yang mengakibatkan munculnya masalah tidak tercapainya target dari pemilik usaha.

Penelitian yang dilakukan oleh Yunikartika & Harti (2022) memiliki hasil penelitian yang mengatakan jika social media marketing berpengaruh negatif serta tidak signifikan terhadap minat beli. Hidayati et al (2024) dalam penelitiannya juga mengemukakan

	bahwa Social Media Marketing tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Wardi & Nirwana (2024) social media marketing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Begitu juga dengan hasil penelitian dari Refilia & Fornio Barusman (2022) mengatakan jika variabel social media marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen. Perbedaan dari beberapa hasil penelitian ini menunjukkan jika ada inkonsistensi terkait pengaruh social media marketing terhadap minat beli konsumen. Dengan adanya fenomena, masalah serta kesenjangan diantara beberapa hasil penelitian terkait pengaruh social media marketing terhadap minat beli konsumen, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING FACEBOOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN QUINSHA BAKERY GUNUNGSITOLI”.
Perumusan Masalah	Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah: 1. Apakah <i>social media marketing facebook</i> berpengaruh terhadap minat beli konsumen Quinsha Bakery? 2. Seberapa besar pengaruh <i>social media marketing facebook</i> terhadap minat beli konsumen Quinsha Bakery?
Tujuan Penelitian	Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan oleh peneliti, maka adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui apakah <i>social media marketing facebook</i> berpengaruh terhadap minat beli konsumen quinsha bakery. 2. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh <i>social media marketing facebook</i> terhadap minat beli konsumen quinsha bakery.
Metode Penelitian	1. Jenis Penelitian : Kuantitatif 2. Variabel Penelitian :

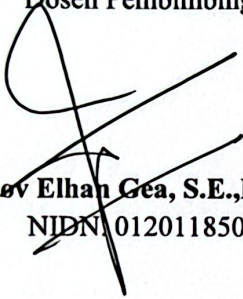
	a. Variabel bebas (X) : <i>Social Media Marketing</i>, dengan indikator: 1. <i>Context</i> 2. <i>Communication</i> 3. <i>Collaboration</i> 4. <i>Connection</i> b. Variabel terikat (Y) : Minat beli, dengan indikator: 1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif 3. Populasi : Pengikut akun <i>facebook</i> Quinsha Bakery pada bulan November 2024 yang berjumlah 6085 <i>followers</i> 4. Sampel : Setelah dilakukan perhitungan menggunakan rumus Slovin sebagai salah satu metode untuk menentukan jumlah sampel, maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. 5. Alat analisis : <i>Software</i> statistik SPSS 6. Teknik pengumpulan data : Kuesioner atau angket 7. Instrumen Penelitian : Kuesioner atau angket, dokumentasi serta observasi. 8. Teknik analisis data: a. Uji Instrumen Penelitian: 1. Uji Validitas 2. Uji Reliabilitas b. Uji Asumsi Klasik: 1. Uji Normalitas 2. Uji Heteroskedastisitas 3. Uji autokorelasi c. Metode analisis data : Analisis Regresi Linear Sederhana d. Pengujian Hipotesis: 1. Uji t (Uji Parsial)
--	---

	2. Uji R ² (Uji Determinasi)
Daftar Pustaka	Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., Setiawan, Z., Setiono, D., & Munizu, M. (2023). <i>DIGITAL MARKETING: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0</i>. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Hidayati, F. N., Priyono, B., Stia, P., & Jakarta, L. (2024). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer Marketing dan Word Of Mouth (WOM) Terhadap Minat Beli pada UMKM Sprouts Farms. <i>Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship</i>, 6(1), 35. Nurbaiti, N., & Alfariysi, M. F. (2023). Sejarah Internet di Indonesia. <i>JIKEM J. Ilmu Komputer, Ekon. Dan Manaj</i>, 3(2), 2336–2344. Poltak, H., Sumarsih, S., Hastutik, S., Sartika, D., Hasan, M., Wardhana, A., Roslan, A. H., Putri, N. L. I., Limgiani, L., Djampagau, H. R., Mulyana, S., & Gunaisah, E. (2021). Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep dan Strategi Pada Era Digital). In <i>Cv. Media Sains Indonesia</i> (Issue September 2021). http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1626/ Refilia, D., & Fornio Barusman, A. (2022). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Kafe Putti Kedaton, Bandar Lampung. <i>SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi</i>, 1(3), 341–350. https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.275 Rianto, B., & Dozan, W. (2020). Dasar-Dasar Pengantar Teknologi Informasi. In <i>CV. Multimedia Edukasi</i>. www.multidukasi.co.id Wardi, P., & Nirwana, B. N. (2024). Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Tenun Ana Sukarara. <i>JISHUM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora</i>, 2(2), 245–250. https://doi.org/10.57248/jishum.v2i2.363 Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). Minat Beli Konsumen. In <i>Angewandte Chemie International Edition</i>, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1). https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf Yunikartika, L., & Harti, H. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Minat Beli Kuliner Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Akun Instagram @carubanmangan. <i>Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)</i>, 6(1), 212–230.

	https://doi.org/10.37339/e-bis.v6i1.897
--	---

Gunungsitoli, 25 November 2024

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing,


Nov Elhan Gea, S.E., M.M.
NIDN 0120118505

Disahkan Oleh
 . Ketua Program Studi,



Tembusan:

1. Kepala LPPM Universitas Nias
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias

NIM :
2321163

NAMA MAHASISWA :
HARRY CHRISMAN
HALAWA

PRODI :
Manajemen

JUDUL :
Pengaruh Social Media Marketing Melalui Facebook Terhadap Peningkatan Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli

LOKUS :
Quinsha Bakery

Dosen Pembimbing :
NOV ELHAN GEA, S.E, M.M.

Konsentrasi :
Pemasaran

Tema :
STRATEGI PEMASARAN

Ubah Judul

Riwayat Bimbingan Proposal

No	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	BAB 1 (PENDAHULUAN) 21 Dec 2024 17:41:45	Pada BAB 1, terdapat pembahasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat dari penelitian ini.	Coba Jelaskan secara detail tentang fenomena pada perusahaan atau lokus penelitian sehingga bisa mendasari alasan anda mengadakan penelitian. 05 Feb 2025 14:28:03
		File Skripsi	
2	Bab 1 Pendahuluan dan Bab 2 Tinjauan Pustaka 27 Jan 2025 18:39:11	Untuk BAB 1 memperdalam pembahasan mengenai penerapan social media marketing yang seharusnya dan membandingkannya dengan fakta di lapangan (Pada lokasi Penelitian). BAB 2 berisi tentang berbagai teori-teori yang mendukung penelitian serta membahas mengenai penelitian terdahulu, kerangka berpikir serta hipotesis.	Pada Pendahuluan buatlah beberapa teori paragraf tentang variabel sehingga bisa dibandingkan fenomena dengan teori yang ada 05 Feb 2025 14:29:56
		File Skripsi	

3	Proposal Penelitian (Bab 1, Bab 2 & Bab 3) 09 Feb 2025 20:15:05	Merevisi kembali Bab 1 dengan menambahkan beberapa teori yang mendukung variabel yang berfungsi sebagai pembanding antara teori yang ada dengan fenomena yang terjadi di lapangan. Melengkapi Bab 2 (Kajian Pustaka) seperti kajian teori yang berisi teori yang berkaitan dengan variabel X (<i>Social Media Marketing</i>), Penelitian terdahulu atau penelitian yang relevan, kerangka berpikir dalam penelitian, hingga hipotesis penelitian atau dugaan sementara yang dimiliki peneliti terkait penelitian ini. Pada Bab 3 (Metode Penelitian) dimulai dari pembahasan jenis atau metode penelitian yang digunakan, penentuan populasi dan sampel, instrumen penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan data hingga teknik analisis data serta lokasi dan jadwal penelitian. File Skripsi	Perbaiki Pada Bagian Bab III cantumkan beberap pendapat para ahli setiap judul 14 Feb 2025 09:39:19
4	Revisi BAB III 12 Feb 2025 22:55:07	Merevisi kembali BAB III (metode penelitian) dengan mengeliminasi uji yang tidak diperlukan File Skripsi	Pada bagian BAB II Fokus tentang variabel penelitian.... 14 Feb 2025 09:39:48
5	Proposal Penelitian 13 Feb 2025 21:13:43	Merevisi kutipan dan daftar pustaka File Skripsi	Lengkapi seluruh lampiran dan ACC untuk Semprom 14 Feb 2025 09:40:17

LEMBAR PERSETUJUAN

Rancangan Penelitian yang diajukan oleh:

Nama : Harry Chrisman Huluwa
NIM : 2321163
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Rancangan : Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui Facebook Terhadap Peningkatan Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli

Telah diperiksa dan disetujui untuk diseminarkan.

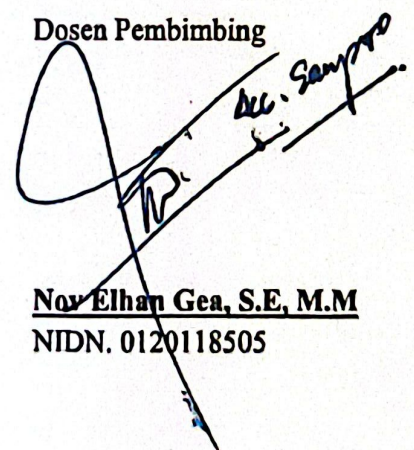
Disetujui oleh:

Plt. Ketua Prodi Studi Manajemen


Idarni Harefa, S.E., M.E
NIDN. 01128129102

Gunungsitoli, Februari 2025

Dosen Pembimbing


Nov Elhan Gea, S.E, M.M
NIDN. 0120118505



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA ACARA SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Pada hari ini Rabu tanggal Dua puluh enam bulan Februari tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Seminar Rancangan Penelitian bagi mahasiswa Universitas Nias :

Nama : **HARRY CHRISMAN HALAWA**
NIM : 2321163
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Social Media Marketing melalui Facebook Terhadap Peningkatan Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli

W a k t u Pelaksanaan : 10.00 wib-selesai

Susunan Dewan Pembimbing Dan Penelaah:

1. Nov Elhan Gea, S.E., M.M.
(Pembimbing)
2. Yupiter Mendrofa, SE.,MM.
(Penelaah)

1. *Tanda Tangan*
2. *Tanda Tangan*

Rekapitulasi Nilai

Dewan Pembimbing Dan Penelaah	Total Nilai
1. Nov Elhan Gea, S.E., M.M. (Pembimbing)	85
2. Yupiter Mendrofa, SE.,MM (Penelaah)	80
Total Nilai	165

Rata-rata nilai adalah: 82.5

Gunungsitoli, 26 Februari 2025
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,
[Signature]
Idarni Harefa, S.E., M.E.
NIDN. 0128129102



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

BERITA KETERANGAN SEMINAR RANCANGAN PENELITIAN

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nias
menerangkan bahwa :

Nama	: HARRY CHRISMAN HALAWA
NIM	: 2321163
Jenjang Pendidikan	: Sarjana
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Pengaruh Social Media Marketing melalui Facebook Terhadap Peningkatan Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli

Telah menyelenggarakan seminar rancangan penelitian pada :
hari / tanggal : Rabu, 26 Februari 2025
Pukul : 10.00 wib-selesai
tempat : Ruang Rapat

Dengan hasil penilaian :

☐

Rancangan penelitian telah cukup baik dan lengkap sehingga telah dapat dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data.
(90-100)

☒

Rancangan penelitian telah cukup baik, namun masih perlu disempurnakan dan dilengkapi dengan instrumen sebelum dipergunakan sebagai dasar untuk melaksanakan pengumpulan data.
(70-89)

☐

Rancangan rancangan penelitian masih perlu dikembangkan, namun masalah penelitian masih dianggap cukup baik untuk dijadikan topik permasalahan skripsi. Dianjurkan seminar perbaikan.
(55-69)

☐

Rancangan penelitian tidak memenuhi syarat untuk dikembangkan sebagai bahan skripsi. Mahasiswa perlu memikirkan untuk memilih topik lain dan wajib mengikuti seminar rancangan skripsi.
(0-5)

Gunungsitoli, 26 Februari 2025
Plt. Ketua Program Studi Manajemen,


Idarni Harefa, S.E., M.E
NIDN. 0128129102

Catatan:
Beri tanda centang (✓)
Pada salah satu kotak.



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN PROPOSAL PENELITIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : HARRY CHRISMAN HALAWA

NIM : 2321163

Judul Penelitian : Pengaruh Social Media Marketing melalui Facebook Terhadap
Peningkatan Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli

2. Materi Perbaikan

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
1.		Sepurnakan judul penelitian.
2.		Sepurnakan permasalahan penelitian.
3.		Sepurnakan identifikasi masalah.
4.		Sepurnakan batasan masalah.
5.		Sepurnakan tinjauan pustaka (khususnya variabel X (minat beli konsumen))
6.		Tambahkan penelitian terdahulu (sejauhnya dengan judul).
7.		Sepurnakan variabel penelitian (most indikator & masing-masing variabel).
8.		pastikan populasi dan sample
9.		Sepurnakan teknik Analisis Data (pastikan menggunakan Aplikasi SPSS)
10.		Sepurnakan Draft Kuesioner.
11.		Pastikan Daftar Pustaka.
12.		

Baca Buku
Pedoman Format
Penulisan Proposal
Penelitian.

Gunungsitoli, 25 Februari 2024
Dosen Penelaah,

Yupiter Mendrofa, SE.,MM.
NIDN. 0112078103

LEMBAR PERSETUJUAN MELAKSANAKAN PENELITIAN

Rancangan Penelitian yang diajukan oleh:

Nama : Harry Chrisman Halawa
NIM : 2321163
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Rancangan : Pengaruh *Social Media Marketing* Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli

Telah diperiksa dan disetujui untuk dapat dilanjutkan ke tahap penelitian.

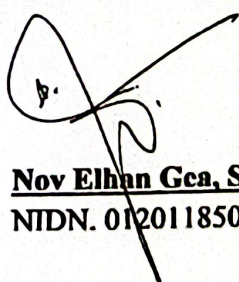
Disetujui oleh:

Gunungsitoli, Maret 2025

Dosen Penelaah,


Yupiter Mendrofa, S.E., M.M
NIDN. 0112078103

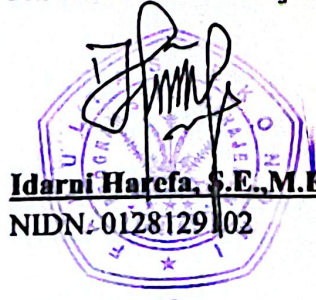
Dosen Pembimbing,


Nov Elhan Gca, S.E, M.M
NIDN. 0120118505

Mengetahui:

Plt. Ketua Prodi Manajemen,


Idarni Harefa, S.E., M.E
NIDN. 0128129102





YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://fe.unias.ac.id> email: fe@unias.ac.id

24 Maret 2025

Nomor : 405/UN11/PN.01.02/2025
Lampiran : 1 (set)
Perihal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Kepada Yth,
Pimpinan Quinsha Bakery Gunungsitoli
di
Tempat

1. Dengan hormat, dalam rangka melengkapi data penelitian yang dilaksanakan oleh :
Nama : **Harry Charisman Halawa**
NIM : 2321163
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Sarjana (S-1)
Judul Skripsi : Pengaruh social media marketing facebook terhadap minat beli konsumen di Quinsha Bakery Gununbgsitoli
Lokasi Penelitian : Quinsha Bakery Gunungstoli
Jadwal Penelitian : 24 Maret 2025 sampai selesai

Maka kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberi izin kepada mahasiswa yang namanya tersebut di atas untuk melaksanakan Penelitian di lokasi penelitian tersebut di atas (Rancangan Skripsi Terlampir).

2. Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Dekan,

Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M
NIDN. 0111038208

Tembusan :

- Yth.
1. Rektor Universitas Nias (sebagai laporan)
 2. Warek Lingkup Universitas Nias
 3. Kepala LPPM Universitas Nias
 4. Ketua Program Studi Manajemen
 5. Peneliti yang bersangkutan (**Harry C hrisman Halawa**)
 6. Arsip



QUINSHA BAKERY

Pusat: Jl. Tuada Daeli, Desa Hilimbawadesolo, Kec. Gunungsitoli Idanoi, Kota Gunungsitoli
Cabang 1: Jl. Sudirman, Kelurahan Pasar Teluk Dalam, Nias Selatan
Cabang 2: Jl. Pelud Binaka km. 12 Hilimbawadesolo Kota Gunungsitoli
Telp. 085358519100

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini pemilik Quinsha Bakery, dengan ini memberikan izin penelitian kepada mahasiswa:

Nama : Harry Chrisman Halawa

NIM : 2321163

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Jenjang pendidikan : Sarjana (S1)

Untuk melakukan penelitian/ pengumpulan data dalam rangka penyusunan skripsi, dengan judul skripsi **Pengaruh Social Media Marketing Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli**

Demikian surat Izin Penelitian ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gunungsitoli, 27 Maret 2025

Avemenius Larosa



QUINSHA BAKERY

Pusat: Jl. Tuanda Daeli, Desa Hilimbawadesolo, Kec. Gunungsitoli Idanoi, Kota Gunungsitoli
Cabang 1: Jl. Sudirman, kelurahan pasar teluk dalam, nias selatan
Cabang 2: Jl. Pelud binaka km. 12 hilimbawadesolo kota gunungsitoli
Telp. 085358519100

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini pemilik Quinsha Bakery, dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Harry Chrisman Halawa

NIM : 2321163

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Jenjang pendidikan : sarjana (S1)

Telah selesai melakukan penelitian di Quinsha bakery, terhitung mulai tanggal 1 april 2025 sampai dengan 30 april 2025 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Social Media Marketing Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli"**

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Gunungsitoli, 15 Mei 2025


Avemenius Larosa

NIM :

2321163

NAMA MAHASISWA :

HARRY CHRISMAN HALAWA

PRODI :

Manajemen

JUDUL :

Pengaruh Social Media Marketing Melalui Facebook Terhadap Peningkatan Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli

LOKUS :

Quinsha Bakery

Dosen Pembimbing :

NOV ELHAN GEA, S.E, M.M.

Konsentrasi :

Pemasaran

Tema :

STRATEGI PEMASARAN

Ubah Judul

Riwayat Bimbingan Skripsi

N	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
1	SKRIPSI <i>16 May 2025 13:53:21</i>	Lanjutan dari proposal penelitian yang telah diseminarkan sebelumnya. Berisi mengenai Bab IV (analisis data dan pembahasan hasil penelitian) serta Bab V (simpulan dan saran yang diberikan oleh peneliti). File Skripsi	Kejelasan Identifikasi Masalah: Masalah yang diidentifikasi sudah jelas, tetapi bisa ditambahkan penjelasan lebih mendalam mengenai konteks bisnisnya. Misalnya, mengapa Quinsha Bakery masih fokus pada platform Facebook meskipun ada platform baru seperti Instagram atau TikTok. Hal ini dapat diperjelas agar lebih menunjukkan relevansi fokus penelitian pada Facebook. Tinjauan Pustaka: Tinjauan pustaka sudah komprehensif dan mengutip berbagai sumber, namun perlu ada penambahan pembahasan mengenai perkembangan pemasaran digital, khususnya bagaimana strategi pemasaran Facebook telah berubah dalam beberapa tahun terakhir. Selain itu, analisis yang lebih kritis terhadap studi-studi yang kontradiktif juga bisa memberikan dasar yang lebih kuat untuk penelitian ini. Metodologi: Bagian metodologi sudah baik, namun akan lebih baik jika ada penjelasan lebih lanjut mengenai pemilihan teknik purposive sampling. Diskusikan bagaimana pendekatan

ini memastikan representasi yang tepat dan keterbatasannya, seperti kemungkinan adanya bias.

Juga, akan lebih baik jika metode analisis data lebih diperluas, terutama bagaimana hasil regresi linier sederhana akan diinterpretasikan dan patokan apa yang akan digunakan untuk evaluasi.

Penyajian Data:

Pastikan tabel dan grafik yang digunakan diberi label yang jelas dan terkait dengan pembahasan dalam teks. Penyajian visual data yang baik akan membantu pembaca lebih mudah memahami tren dan pola yang ada.

Implikasi dan Rekomendasi:

Implikasi untuk Quinsha Bakery bisa diperluas. Misalnya, langkah-langkah spesifik apa yang harus diambil oleh Quinsha Bakery berdasarkan hasil penelitian ini. Rekomendasi bisa mencakup diversifikasi platform atau peningkatan strategi konten di Facebook untuk meningkatkan keterlibatan.

Kesimpulan:

Kesimpulan sebaiknya tidak hanya merangkum temuan penelitian, tetapi juga merefleksikan dampak lebih luas dari pemasaran media sosial terhadap bisnis lokal di Gunungsitoli, serta potensi aplikasinya di daerah atau konteks serupa.

27 May 2025 14:41:12

NO	TOPIK	MATERI	CATATAN DOSEN
2	Revisi Skripsi <i>08 Jun 2025 20:33:49</i>	Merevisi kembali identifikasi masalah, tinjauan pustaka, metodologi, penyajian data, implikasi dan rekomendasi serta kesimpulan. File Skripsi	Secara umum, Bab IV sudah disusun dengan logis, sistematis, dan sesuai dengan metode penelitian. Perbaikan utama terletak pada <i>pendalaman analisis, diskusi teoritis, dan koneksi antara bagian deskriptif dan inferensial</i> agar hasilnya lebih menyeluruh dan argumentatif secara ilmiah. <i>15 Jul 2025 10:32:15</i>
3	Revisi BAB IV & BAB V <i>28 Jun 2025 08:03:26</i>	Merevisi tata tulis dan menambah lampiran File Skripsi	5.1 Simpulan: Hasil penelitian menunjukkan bahwa social media marketing Facebook berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli. Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji T dengan nilai signifikansi $0,000 < 0$ 5.2 Saran: Untuk Quinsha Bakery: Disarankan untuk memaksimalkan pemanfaatan fitur Facebook seperti Ads, Marketplace, dan kolaborasi konten, bukan hanya unggahan biasa, agar jangkauan promosi lebih luas dan menarik. Untuk Peneliti Selanjutnya: Dapat menambah variabel lain seperti promosi melalui Instagram, kualitas produk, atau pelayanan untuk mengetahui pengaruh lain terhadap minat beli secara lebih komprehensif. Untuk Akademisi dan Praktisi Pemasaran: Penelitian ini menjadi bukti bahwa meskipun tren media sosial berubah, Facebook tetap relevan dalam strategi promosi, selama fitur-fiturnya dimanfaatkan secara optimal dan kreatif. <i>15 Jul 2025 10:33:04</i>
4	SKRIPSI <i>15 Jul 2025 08:02:12</i>	Melengkapi lampiran File Skripsi	Perbaiki penomoran subbab di Bab IV. Perkuat simpulan dan saran (Bab V).

15 Jul 2025 10:34:35

5 BAB IV & BAB V
24 Jul 2025 20:00:53

Memperbaiki penomoran pada bab IV dan memperkuat kesimpulan serta saran pada bab V

File Skripsi

Area
Evaluasi Saran Tindakan

Bab IV Perjelas struktur penomoran, tambahkan pembahasan teoritis dari Bab II

Bab V Tambahkan angka spesifik di kesimpulan, berikan saran implementatif

Daftar Pustaka Periksa kecocokan kutipan & daftar pustaka, lengkapi format dan sumber online

Lengkapi dan Persiapkan Power Point dan ACC UMH

25 Jul 2025 12:27:32

Selesai

Proses pembimbingan skripsi ini telah selesai



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli” oleh HARRY CHRISMAN HALAWA dengan NIM 2321163 Program Studi Manajemen, telah dikoreksi dan direvisi oleh pembimbing, sehingga dapat dilanjutkan untuk Sidang Skripsi.

Gunungsitoli, 25 Juli 2025

Dosen Pembimbing,

NOV ELHAN GEA, S.E, M.M.

NIDN. 0120118505



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Rektorat : Jalan Pancasila No. 10 Kota Gunungsitoli ☎ +626392620815 Nias 📠 22814
Homepage: <https://unias.ac.id> email: admin@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 228/UN06.01/TU.01.20/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.**
NIDK : 8934030021
Pangkat/Golongan : Penata/III/c
Jabatan : Plt. Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nias

dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : **Harry Chrisman Halawa**
NIM : 2321163
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING FACEBOOK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN QUINSHA BAKERY GUNUNGSITOLI

adalah benar telah melakukan pengecekan plagiarisme terhadap Skripsi mahasiswa tersebut di atas melalui aplikasi *Turnitin*, dan mendapat tingkat *Similarity* 22% dan tingkat *Artificial Intelligence* (AI) 0%, sehingga dinyatakan layak untuk melanjutkan pada tahap selanjutnya sesuai dengan tahapan pada penyelesaian skripsi.

Gunungsitoli, 12 Juli 2025

Plt. Kepala LPPM,



Dr. Ayler Beniah Ndraha, S.STP., M.Si., C.PS.
NIDK. 8934030021

Tembusan:

1. Ketua Program Studi Manajemen
2. Mahasiswa an. **Harry Chrisman Halawa.**



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS MATA KULIAH

NOMOR: 1045/CUL. N.02/PP.09.01/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini, Ketua Program Studi S1 Manajemen, Universitas Nias, menerangkan bahwa :

Nama : **HARRY CHRISMAN HALAWA**

Nim : 2321163

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli

Bahwa yang bersangkutan dinyatakan lulus semua mata kuliah di Program Studi S-1 Manajemen. Untuk itu dimohon kiranya untuk diterbitkan transkrip nilai kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Atas kerjasama yang baik di ucapkan terimakasih.

Gunungsitoli, 25 Juli 2025
Ketua Program Studi Manajemen,



HENIWATI GULO, SE.,ME.
NUPTK. 2839774675230260



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

Gunungsitoli, 2 Juli 2025

Hal : **Permohonan Ujian Skripsi**
Lampiran : Satu Berkas
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nias
c.q. Ketua Program Studi Manajemen
Jalan Karet No.30 Kel. Ilir, Kec. Gunungsitoli
Kota Gunungsitoli

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **HARRY CHRISMAN HALAWA**
NIM : 2321163
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi (FE)

Mengajukan permohonan untuk diperkenankan menempuh ujian Skripsi.
Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan:

1. Surat permohonan ujian skripsi
2. Surat Kesediaan Menghadiri Ujian Skripsi
3. Bukti skripsi telah melewati cek *plagiat* dari LPPM
4. Surat Keterangan bebas mata kuliah
5. Surat Pengesahan Skripsi yang ditanda-tangani oleh Pembimbing
6. Surat Keterangan telah berakhir meneliti di tempat penelitian
7. Surat Pernyataan keaslian skripsi yang ditanda-tangani oleh mahasiswa di atas materai.
8. Menggandakan *hardcopy* skripsi yang telah di jilid sebanyak 3 (tiga) rangkap
9. Riwayat bimbingan skripsi di simat dari dosen pembimbing
10. Menunjukkan KRS/KHS asli semester 1 sampai terakhir
11. Fotokopi KRS/KHS semester 1 sampai terakhir
12. Transkrip nilai sementara dari SIMAT
13. Slip pembayaran uang kuliah terakhir
14. Map merah 3 buah

Atas perhatian Bapak/Ibu, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya
Pemohon,

HARRY CHRISMAN HALAWA
NIM. 2321163

Tembusan disampaikan kepada
Rektor Universitas Nias
c.q. Wakil Rektor I



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

KESEDIAAN MENGHADIRI UJIAN SKRIPSI

Sehubungan dengan pelaksanaan sidang skripsi bagi mahasiswa Universitas Nias

Nama : HARRY CHRISMAN HALAWA

Nim : 2321163

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* Facebook Terhadap Minat Beli
Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli

Waktu pelaksanaan

Hari/Tanggal :

Pukul :

Tempat : Fakultas Ekonomi Ruang

Dengan ini menyatakan **Kesediaan /ketidaksediaan** menghadiri sidang skripsi pada waktu yang telah ditetapkan.

Gunungsitoli, 25 Juli 2025

Tanda Tangan,

HARRY CHRISMAN HALAWA
NIM. 2321163



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

29 Juli 2025

Nomor : 887/UN11.02/PP.08.03/2025
Lampiran : 1 Set
Hal : Pelaksanaan Sidang Skripsi
atas nama **HARRY CHRISMAN HALAWA**

Kepada Yth.

1. Yupiter Mendrofa, SE., MM	Penguji I
2. Tiarni Duha, SE., MM	Penguji II
3. Nov Elhan Gea, SE., MM	Pembimbing

di Gunungsitoli

Sehubungan dengan pelaksanaan sidang skripsi mahasiswa:

Nama : **HARRY CHRISMAN HALAWA**
NIM : 2321163
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Media Marketing Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli

diharapkan kehadiran Bapak/ibu pada acara dimaksud yang diselenggarakan:

hari/tanggal : Sabtu, 2 Agustus 2025
pukul : 13.00 Wib s/d selesai
tempat : Ruang 6

Naskah skripsi yang diujikan, disampaikan langsung oleh Program Studi.
Atas perhatian Bapak, kami mengucapkan terima kasih.

Kaprodi Manajemen

Heniwati Gulo, S.E., M.E
NUPTK. 2839774675230262

Tembusan disampaikan kepada

1. Rektor Universitas Nias, u.p. Wakil Rektor I
2. Dekan Fakultas Ekonomi
- ③ Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip

NB. Diharapkan kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing/Penguji berpakaian rapi, khusus untuk Bapak Dosen diwajibkan memakai kemeja non batik pakal dasi



**YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Alamat : Jalan Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli
Homepage: <https://mnj.unias.ac.id> email: mnj@unias.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Sabtu tanggal Dua Agustus tahun dua ribu dua puluh lima telah diselenggarakan Ujian skripsi bagi mahasiswa Universitas Nias :

N a m a : **HARRY CHRISMAN HALAWA**
NIM : 2321163
Program : Sarjana
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Media Marketing Facebook Terhadap Minat Beli Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli

W a k t u Pelaksanaan : 13.00 WIB s.d.selesai

Susunan Dewan Penguji :

1. Nov Elhan Gea, SE., MM.
2. Yupiter Mendrofa, SE.,MM
3. Tiarni Duha, SE.,MM

TandaTangan

1. 
2. 
3. 

Rekapitulasi Nilai

Dewan Penguji	Total Nilai
1. Nov Elhan Gea, SE., MM	93
2. Yupiter Mendrofa, SE.,MM	90
3. Tiarni Duha, SE.,MM	91
Total Nilai	274

Berdasarkan Perhitungan Rata-Rata Nilai adalah $\frac{274}{3} = 91,3$
(... *Gedikan penuh dgn koma 1 digit* ...)

Dengan Demikian Yang bersangkutan dinyatakan Lulus/Tidak Lulus dengan Predikat Kelulusan.....*A*.....

Keterangan:
Nilai Yudisium:

90.00-100. = A
85.00-89.99 = A-
80.00 -84.99 = B+
75.00 - 79.99 = B
70.00 - 74.99 = B-
65.00 - 69.99 = C+
60.00 - 64.99 = C
55.00 - 59.99 = C-
50.00 - 54.99 = D
< 40.99 = E

Gunungsitoli, 2 Agustus 2025
Ketua Program Studi,



Heniwati Gulo, S.E., M.E.
NUPTK. 2839774675230262

PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI

Yupiter Mendrofa, SE., MM
NIDN. 0112078103



YAYASAN PERGURUAN TINGGI NIAS
UNIVERSITAS NIAS
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat : Jl. Karet No.30 Kel. Ilir Kecamatan Gunungsitoli Kota Gunungsitoli

PERBAIKAN UJIAN SKRIPSI

1. Mahasiswa

Nama : HARRY CHRISMAN HALAWA

NIM : 2321163

Judul Penelitian : Pengaruh Sosial Media Marketing Facebook Terhadap Minat Beli
Konsumen Quinsha Bakery Gunungsitoli

2. Materi Perbaikan

NO	HALAMAN	URAIAN PERBAIKAN
1		Perbaiki Latar belakang masalah dengan menggunakan bahasa ilmiah
2		Kalau yg dikutip dari jurnal, maka tidak perlu dibuat halamannya terkecuali kalau yg dikutip dari buku, maka wajib diberikan no. halaman buku
3		Setiap kutipan didahului dgn menggunakan menurut " "
4		Penelitian terdahulu diperbaiki hasil penelitiannya
5		Bab 3, uraikan jenis penelitian dan variabel penelitian dibuat dalam tabel.

Gunungsitoli, 2 Agustus 2025

Dosen Penguji II

Tiarni Duha, SE.,MM
NIDN. 0123128201

BIODATA PENULIS



Harry Chrisman Halawa dilahirkan di Dahadano Botombawo, Kabupaten Nias, Provinsi Sumatera Utara, pada tanggal 22 Desember 2001, sebagai anak kedua dari dua bersaudara, putra dari pasangan Bapak Denni Yosep Merlin Halawa dan Ibu Yuniria Telaumbanua. Pendidikan dasar diselesaikan pada tahun 2013 di SD Negeri 071002 Lolowua. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan di SMP Negeri 1 Hiliserangkai dan lulus pada tahun 2016. Pendidikan menengah atas ditempuh di SMK Negeri 1 Gunungsitoli yang beralamat di Jalan Teuku Cik Ditiro No. 3 Gunungsitoli, dan diselesaikan pada tahun 2019.

Pada tahun 2021, penulis melanjutkan pendidikan pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembnas Nias yang kini telah beralih status menjadi Universitas Nias. Pada akhir tahun 2024, penulis memulai penelitian skripsi sebagai salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar sarjana. Atas rahmat Tuhan Yang Maha Esa, pada tanggal 2 Agustus 2025, penulis berhasil mempertahankan skripsi di hadapan dewan penguji dan dinyatakan lulus dengan predikat Yudisium Sangat Memuaskan, sehingga berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Selama menempuh pendidikan di Universitas Nias, penulis aktif mengikuti berbagai kegiatan akademik dan nonakademik, yang meliputi bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian, serta pengabdian kepada masyarakat.