

**ANALISIS SOCIAL MEDIA MARKETING, SALES PROMOTION,  
PERCEIVED VALUE DAN KEPUTUSAN PEMINJAMAN MAINAN BAYI  
DAN ANAK-ANAK PADA MENTARY MOM & BABY KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



**Dessy Kurnia Sari, SE,M.Bus(Adv),PhD**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
JULI 2021**

No. Alumni Universitas	Susi Gustiningsih
a) Tempat/Tanggal Lahir: Muaro Sijunjung/29 Agustus 1998, b) Nama Orang Tua: Busri P.Kayo dan Almh.Jusni c) Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e). No. BP: 1710521012, f). Tanggal Lulus: 19 Mei 2021, g). Predikat Lulus: Dengan Pujian h). IPK: 3,73 i). Lama Studi: 3 Tahun 9 Bulan, j). Alamat Orang Tua: Jln. M. Yamin SH no.47 Nag. Muaro, Kec. Sijunjung, Kab. Sijunjung, Prov. Sumatera Barat, Kode Pos 27511.	

**ANALISIS SOCIAL MEDIA MARKETING, SALES PROMOTION, PERCEIVED VALUE DAN KEPUTUSAN PEMINJAMAN MAINAN BAYI DAN ANAK-ANAK PADA MENTARY MOM & BABY KOTA PADANG**

*Skripsi oleh : Susi Gustiningsih*

*Pembimbing : Dessy Kurnia Sari, S.E,M.Bus(Adv),PhD*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *analisis social media marketing, sales promotion, perceived value*, dan keputusan peminjaman mainan bayi dan anak-anak pada Mentary Mom & Baby Kota Padang. Pengambilan sampel menggunakan metode wawancara. Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan wawancara kepada informan yang berjumlah 9 orang, yang kemudian hasil wawancara ini diolah dan diuji dengan program Nvivo 12. Pengolah data ini dilakukan dengan program pada aplikasi Nvivo 12. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa orang tua milenial di Kota Padang mampu membuat keputusan secara rasional untuk melakukan peminjaman mainan ini. Dari beberapa variabel yang dianalisis variabel *perceived value* merupakan variabel paling kuat yang mempengaruhi keputusan orang tua milenial melakukan peminjaman mainan bayi dan anak-anak.

Kata Kunci : Social Media Marketing, Sales Promotion, Perceived Value, Keputusan Peminjaman, Mainan Anak-anak.

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal 19 Mei 2021

Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dessy Kurnia Sari, S.E, M.Bus(Adv),PhD	Meuthia, S.E, M.Sc	Dr. Verinita, S.E, M.Si

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

**Hendra Lukito, S.E, M.M, Ph.D**  
**NIP. 197106242006041007**

**Tanda Tangan**

Alumni telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
Fakultas	Nama	Tanda Tangan
Universitas	Nama	Tanda Tangan

	No. Alumni Universitas	Susi Gustiningsih
	a) Tempat/Tanggal Lahir: Muaro Sijunjung/29 Agustus 1998, b) Nama Orang Tua: Busri P.Kayo dan Almh.Jusni c) Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e). No. BP: 1710521012, f). Tanggal Lulus: 19 Mei 2021, g). Predikat Lulus: Dengan Pujian h). IPK: 3,73 i). Lama Studi: 3 Tahun 9 Bulan, j). Alamat Orang Tua: Jln. M. Yamin SH no.47 Nag. Muaro, Kec. Sijunjung, Kab. Sijunjung, Prov. Sumatera Barat, Kode Pos 27511.	

**ANALISIS SOCIAL MEDIA MARKETING, SALES PROMOTION, PERCEIVED VALUE DAN KEPUTUSAN PEMINJAMAN MAINAN BAYI DAN ANAK-ANAK PADA MENTARY MOM & BABY KOTA PADANG**

Skripsi oleh : Susi Gustiningsih  
Pembimbing : Dessy Kurnia Sari, S.E,M.Bus(Adv),PhD

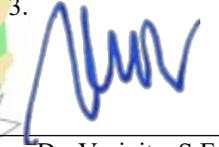
**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *analisis social media marketing, sales promotion, perceived value*, dan keputusan peminjaman mainan bayi dan anak-anak pada Mentary Mom & Baby Kota Padang. Pengambilan sampel menggunakan metode wawancara. Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan wawancara kepada informan yang berjumlah 9 orang, yang kemudian hasil wawancara ini diolah dan diuji dengan program Nvivo 12. Pengolah data ini dilakukan dengan program pada aplikasi Nvivo 12. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa orang tua milenial di Kota Padang mampu membuat keputusan secara rasional untuk melakukan peminjaman mainan ini. Dari beberapa variabel yang dianalisis variabel *perceived value* merupakan variabel paling kuat yang mempengaruhi keputusan orang tua milenial melakukan peminjaman mainan bayi dan anak-anak.

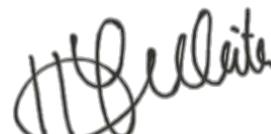
Kata Kunci : Social Media Marketing, Sales Promotion, Perceived Value, Keputusan Peminjaman, Mainan Anak-anak.

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil dan dinyatakan lulus pada tanggal 19 Mei 2021

Abstrak telah disetujui oleh :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	Dessy Kurnia Sari, S.E, M.Bus(Adv),PhD	Meuthia, S.E, M.Sc	Dr. Verinita, S.E, M.Si

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

  
**Tanda Tangan**

**Hendra Lukito, S.E, M.M, Ph.D**  
**NIP. 197106242006041007**

Alumni telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
Fakultas	Nama	Tanda Tangan
Universitas	Nama	Tanda Tangan