

**ANALISIS ELEMEN *CONTENT CREATION*, *CONTENT SHARING*, *CONNECTING*,
DAN *COMMUNITY BULDING* VIA INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *FAST FOOD* DI KOTA SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

DWI ALFIN MEILANA SARI

B 100180372

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS ELEMEN *CONTENT CREATION*, *CONTENT SHARING*,
CONNECTING DAN *COMMUNITY BUILDING* VIA INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *FAST FOOD* DI KOTA
SURAKARTA**

PUBLIKASI ILMIAH

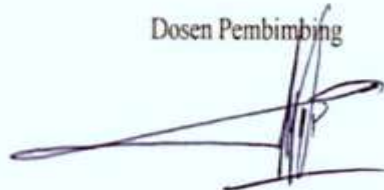
Oleh:

DWI ALFIN MEILANA SARI

B 100 180 372

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Dr. Moechammad Nasir, S.E., M.M.)

NIK/NIDN: 561/0611096201

HALAMAN PENGESAHAN

ANALISIS ELEMEN *CONTENT CREATION, CONTENT SHARING, CONNECTING, DAN COMMUNITY BULDING VIA INSTAGRAM* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *FAST FOOD* DI KOTA SURAKARTA

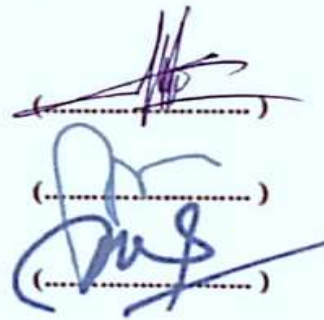
Oleh:

DWI ALFIN MEILANA SARI
B100180372

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Kamis, 13 Januari 2022
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dr. Moechammad Nasir, S.E., M.M.
(Ketua Dewan Penguji)
2. Sri Murwanti, S.E., M.M.
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Mabruroh, S.E., M.M.
(Anggota II Dewan Penguji)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Prof. Dr. Apton Agus Setyawan, S.E., M.Si.)

NIK/NIDN: 829/0616087401

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta 57102

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DWI ALFIN MEILANA SARI

NIM : B100180372

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : **ANALISIS ELEMEN *CONTENT CREATION*,
CONTENT SHARING, *CONNECTING*, DAN
COMMUNITY BULDING VIA INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *FAST FOOD* DI
KOTA SURAKARTA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 13 Januari 2022

Yang membuat pernyataan



(DWI ALFIN MEILANA SARI)

MOTTO

“Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”

(Q.S Al-Insyirah:7)

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah Maha Mengetahui, sedangkan kamu tidak mengetahui”

(Q.S Al-Baqarah:216)

“Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya jika kamu beriman”

(Q.S Ali Imran:139)

“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempitan, dan kesulitan bersama kemudahan”

(HR Tirmidzi)

“Cobaan hidupmu bukanlah untuk menguji kekuatan dirimu, tapi menakar seberapa besar kesungguhan dalam memohon pertolongan kepada Allah”

(Ibnu Qoyyim)

“Bekerja keraslah sampai orang lain tidak percaya bahwa kesuksesan yang kamu capai berasal dari kerja kerasmu sendiri”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas ikmat dan karunia Allah SWT karena telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dan telah memberikan kesempatan untuk dikelilingi oleh orang-orang luar biasa, maka saya persembahkan karya sederhana ini dengan penuh rasa cinta dan kasih untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan bagi penulis dan semoga sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada beliau.
3. Orangtua penulis Bapak Jumanto dan Ibu Priami serta keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga penulis bisa sampai di titik ini untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
4. Bapak Dr. Moehammad Nasir, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan masukan bagi penulis.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
7. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membahas pengaruh *content creation*, *content sharing*, *connecting*, dan *community building* terhadap keputusan pembelian pada *fast food* di Kota Surakarta. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen *fast food* di Kota Surakarta dengan sampel 150 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Smart PLS versi 3.0. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *outer model* yang terdiri dari *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, *cronbach's alpha* dan uji multikolinearitas serta *inner model* yang terdiri dari *coefficient determination*, *goodness of fit*, uji *effect size* (f^2), dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *content creation* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *content sharing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *connecting* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan *community building* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *content creation*, *content sharing*, *connectinng*, *community building*, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze and discuss the effect of content creation, content sharing, connecting, and community building on purchasing decisions on fast food in Surakarta. The population in this study were fast food consumers in Surakarta City with a sample of 150 respondents. Data collection techniques through the distribution of questionnaires. Data analysis in this study used Smart PLS version 3.0. The sampling technique in this study uses purposive sampling and data testing techniques used in this study include the outer model consisting of convergent validity, discriminant validity, composite reliability, Cronbach's alpha and multicollinearity tests as well as the inner model consisting of coefficient determination, goodness of fit, effect size test (f^2), and hypothesis testing. The results of this study indicate that content creation has a significant effect on purchasing decisions content sharing has no significant effect on purchasing decisions connecting has no significant effect on purchasing decisions and community building has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: content creation, content sharing, connecting, community building, purchasing decisions.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Elemen *Content Creation, Content Sharing, Connecting,* dan *Community Building Via Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fast Food* di Kota Surakarta”. Tidak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang dengan perjuangannya telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sofyan Anif, M. Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Dr. Rini Kuswati, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. Moehammad Nasir, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta saran dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan masukan bagi penulis.
6. Bapak Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulis menempuh pendidikan.
7. Seluruh Dosen Dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang telah membimbing serta

memberikan ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.

8. Orang tua serta keluarga penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil sehingga penulis bisa sampai di titik ini untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya.
9. Teman-teman Program Studi Manajemen angkatan 2018.
10. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan skripsi ini khususnya bagi peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Surakarta, 13 Januari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	10
B. Penelitian Terdahulu.....	15
C. Pengembangan Hipotesis.....	16
D. Kerangka Pemikiran.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	22
C. Data dan Sumber Data	26
D. Metode Pengumpulan Data	27
E. Teknik Pengambilan Sampel	28
F. Metode Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Profil Responden.....	36
B. Analisis Data	39
C. Pembahasan	50
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	53
B. Keterbatasan Penelitian	54
C. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index Award Restoran/Fast Food</i>	5
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden ³	36
Tabel 4.2 Usia Responden	37
Tabel 4.3 Domisili Responden	37
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	38
Tabel 4.5 Pendapatan/uang saku per bulan Responden.....	38
Tabel 4.6 <i>Outer Loading</i>	40
Tabel 4.7 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	41
Tabel 4.8 <i>Composite Reliability</i>	42
Tabel 4.9 <i>Cronbach' Alpha</i>	43
Tabel 4.10 <i>Collinierity Statistic (VIF)</i>	43
Tabel 4.11 Analisis <i>R-Square</i>	45
Tabel 4.12 Analisis <i>Q-Square</i>	45
Tabel 4.13 Analisis <i>F-Square</i>	46
Tabel 4.14 Analisis <i>t-test</i>	47
Tabel 4.15 <i>Path Coefficient</i>	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet di Asia.....	2
Gambar 1.2 Grafik Pengguna Instagram di Dunia.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 3.1 <i>Path Coefficient</i>	35
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i>	40
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i>	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner Penelitian	57
Lampiran 2: Data Responden.....	62
Lampiran 3: Hasil Olah Data SmartPLS.....	70
Lampiran 4: Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	72
Lampiran 5: Hasil Uji Hipotesis	73