

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PRODUK GOSH**



SKRIPSI

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

Disusun oleh:

RATIH RAHADIANI

B100150286

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

2019



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan, Kartasura Telp. (0271) 717417, Fax. 715448 Surakarta 57102

Website: <http://www.ums.ac.id> Email: Ums@ums.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi tugas akhir.

Nama : Ahmad Mardalis, S.E., MBA.

Telah membaca dan mencermati skripsi dengan judul:

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA PRODUK GOSH**

Oleh:

RATIH RAHADIANI

B100150286

Penandatanganan ini berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 15 Agustus 2019

Pembimbing

Ahmad Mardalis, S.E., MBA

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca naskah publikasi dengan judul:
**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA PRODUK GOSH**

Oleh:

RATIH RAHADIANI

B 100 150 286

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 15 Agustus 2019
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji

1. Dr. Svamsudin, S.E, M.M.
(Ketua Dewan Penguji)

()

2. Ahmad Mardalis, S.E., MBA.
(Anggota I Dewan Penguji)

()

3. Lukman Hakim, S.E., M.Si.
(Anggota II Dewan Penguji)

()

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



Dr. Svamsudin, S.E, M.M.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271)
717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **RATIH RAHADIANI**
NIM : **B 100 150 286**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul : **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA
PRODUK GOSH**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya 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, 15 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,


(RATIH RAHADIANI)

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 6)

“Maka bersabarlah kamu dengan sabar yang baik”

(QS. Al-Ma’arij: 5)

“Mencari ilmu itu adalah wajib bagi setiap muslim laki-laki maupun muslim perempuan”

(HR. Ibnu Abdil Barr)

*Adapun orang hebat adalah orang yang tetap optimis dengan dirinya sendiri.
Berjuang tanpa lelah dan berkorban tanpa henti”*

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT, yang telah memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, yang telah memberikan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
2. Suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, semoga shalawat dan salam selalu tercurah kepada beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
3. Almarhum ayah saya yang telah pergi meninggalkan saya, dan ibu saya yang selalu memberikan doa, kasih sayang, semangat, motivasi yang tidak pernah hentinya.
4. Keluarga besar yang selalu mendoakan dan mendukung.
5. Teman-teman seperjuangan, serta sahabat di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Almamater Universitas Muhammadiyah Surakarta tercinta.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PRODUK GOSH”**. Penulisan skripsi ini disusun sebagai syarat dalam rangka memenuhi tugas akhir dan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada strata 1 ilmu ekonomi, konsentrasi manajemen pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Imronudin, S.E, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ahmad Mardalis S.E., MBA selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan meberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama masa studi, serta seluruh karyawan dan staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan dan kelancaran dalam urusan administrasi.
6. Almarhum ayah yang telah pergi meninggalkanku terlebih dahulu, dan Ibuku Esti Budiarti yang senantiasa memberikan do'a, kasih sayang, motivasi, dukungan, masukan serta membantu baik secara spiritual maupun materil.
7. Keluarga besar yang senantiasa mendo'akan dan memberi dukungan kepadaku.
8. Nisa, Tiut, Tantri, Atika, Dina, Septi, Gesi, Farkhah, Maya, Niken yang kurang berpartisipasi dalam penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat dapat disebutkan satu persatu, yang dengan ikhlas membantu penulis hingga terselesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 15 Agustus 2019

Penulis

Ratih Rahadiani

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh minat beli dan promosi instagram terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna produk GOSH. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobabilitas dengan mengambil 114 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan melalui kuesioner secara personal. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini memiliki beberapa temuan, pertama yaitu minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan yang kedua promosi instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Minat Beli, Promosi Instagram, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of buying interest and Instagram promotion on purchasing decisions. The population in this study were all users of GOSH products. The sampling technique used in this study is nonprobability by taking 114 respondents. Data collection methods used through personal questionnaires. The analytical tool used in this study is multiple linear regression. The results obtained from this study have several findings, firstly that buying interest has a significant effect on purchasing decisions and secondly instagram promotion has a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Buying Interest, Instagram Promotion, and Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Teori	9
1. Media Sosial	9
2. Minat Beli	13
3. Promosi Instagram	17
4. Keputusan Pembelian	26
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Hipotesis.....	32
D. Kerangka Pemikiran.....	33

BAB III	METODE PENELITIAN.....	34
	A. Jenis Penelitian.....	34
	B. Lokasi Penelitian.....	34
	C. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel	34
	D. Data dan Sumber Data.....	36
	E. Metode Pengumpulan Data	37
	F. Desain Pengambilan Sampel.....	38
	G. Metode Analisa Data.....	39
BAB IV	ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....	45
	A. Karakteristik Responden	45
	1. Deskripsi tentang Jenis Kelamin	45
	2. Deskripsi tentang Usia.....	45
	3. Deskripsi tentang Pekerjaan	46
	4. Deskripsi tentang Pendapatan.....	46
	B. Hasil Uji Instrumen	47
	1. Pengujian Validitas	47
	2. Pengujian Reliabilitas	50
	C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	50
	1. Uji Normalitas	50
	2. Uji Multikolinearitas.....	51
	3. Uji Heteroskedastisitas	51
	D. Hasil Pengujian Hipotesis	52
	1. Hasil analisis regresi linear berganda	52
	2. Hasil Uji t.....	53
	3. Hasil Uji F.....	54
	4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R ²)	54
	E. Pembahasan.....	55
	1. Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian ...	55
	2. Pengaruh Promosi Instagram terhadap Keputusan Pembelian	56

BAB V	PENUTUP.....	57
	A. Kesimpulan.....	57
	B. Keterbatasan Penelitian	57
	C. Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	33
------------	--------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Karakteristik Usia	45
Tabel 4.3	Karakteristik Pekerjaan	46
Tabel 4.4	Karakteristik Pendapatan	47
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	47
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Instagram	48
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	50
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
Tabel 4.12	Hasil Regresi Berganda	52
Tabel 4.13	Hasil Uji t test.....	53
Tabel 4.14	Hasil Uji F test.....	54
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Hasil Penelitian
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas
Lampiran 4	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 5	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	Hasil Uji Hipotesis
Lampiran 7	Tabel r Product Moment