

**PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BELI
PADA KEDAI SINI KOPI JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

FAHILDATUS TRIANANINGSIH

16.1041.1185

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

2020

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PADA KEDAI SINI KOPI JEMBER

Oleh :

FAHILDATUS TRIANANINGSIH

NIM : 16.1041.1185

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. M.Naely Azhad,MM



Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah,SE,MM



MOTTO

“Berdoalah kepadaku pastilah aku kabulkan untukmu”

(QS. Al-Mukmin : 60)

The only way to do great work is to love what you do

(Steve Jobs)

Selalu percaya bahwa setiap kesulitan akan ada kemudahan dan jalan keluar, maka
ikhtiar dan tawakkal kemudian

(Penulis)

PERSEMPAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman serta kasihNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala kelancaran dan tepat pada waktunya. Dalam kesempatan ini saya ucapakan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Kedua Orang tua saya yang telah memberikan semangat, dukungan serta doa tiada henti untuk keberhasilan anaknya, terima kasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan.
2. Suami saya yang senantiasa memberi semangat serta membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir saya.
3. Kedua mertua saya yang selalu pengertian dan memberi dukungan dalam segala hal.
4. Anak saya “Muhammad Fazriel Ramaditya Haryanto” yang setiap hari memberikan semangat, senyuman serta kebahagiaan dalam keluarga.
5. Saudara kandung saya “Aji Dwi Kusman” terima kasih atas dukungan dan doanya yang selalu diberikan.
6. Seluruh teman sekaligus sahabat saya dalam kelas Manajemen-E’16 yang telah menemani dari awal hingga akhir.
7. Bapak **Drs. M.Naely Azhad,MM** selaku dosen pembimbing satu, saya mengucapkan terima kasih atas segala bimbingannya atas penyelesaian tugas akhir.
8. Ibu **Nursaidah,SE,MM** selaku dosen pembimbing dua, saya mengucapkan terima kasih atas bimbingannya.
9. Almamater kebanggaan Universitas Muhammadiyah Jember.

KATAPENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PADA KEDAI SINI KOPI JEMBER”.

Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebahagian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada program studi Manajemen (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Dr. Arik Susbiyani. Msi selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin kepada penulis.
2. Drs. M.Naely Azhad,MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
3. Nursaidah,SE,MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan sehingga tersusunnya skripsi ini.
4. Dr. Nurul Qomariah, SE, MM selaku Pengudi skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajaran dan dosen fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya staf pengajaran prodi manajemen.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Jember,15 juni 2020

Penulis,

FAHILDATUS TRIANA N
NIM 16.1041.1185

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Identifikasi Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pemasaran	7
2.1.1 Definisi Pemasaran	7
2.1.2 Strategi Pemasaran	7
2.1.3 Komunikasi Pemasaran	8
2.2 Promosi	9
2.2.1 Definisi Promosi.....	9
2.2.2 Tujuan Promosi	9
2.2.3 Jenis Promosi.....	10
2.3 Media Sosial.....	11

2.3.1 Definisi Media Sosial	11
2.3.2 Jenis Media Sosial	11
2.3.3 Dimensi Penggunaan Media Sosial	12
2.4 Instagram.....	12
2.5 Minat Beli	13
2.5.1 Definisi Minat Beli	13
2.5.2 Indikator Minat Beli	14
2.6 Kerangka Konseptual.....	16
2.7 Hipotesis	17
2.8 Operasional Variabel	17
2.9 Penelitian Terdahulu	18
 BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1 Konsep Penelitian	20
3.2 Variabel penelitian	20
3.3 Jenis Data	21
3.4 Populasi dan Sampel	21
3.4.1 Populasi	21
3.4.2 Sampel	22
3.5 Instrumen Penelitian	22
3.5.1 Uji Validitas	22
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	23
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.7 Teknik Analisis Data.....	24
3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	24
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	25
3.7.2.1 Uji Normalitas	25
3.7.2.2 Uji Multikolinearitas	25
3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas	25
3.7.3 Uji Hipotesis.....	26
3.7.3.1 Uji F.....	26

3.7.3.2 Uji T	26
3.7.3.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	27
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran umum objek penelitian	28
4.1.1 Sejarah singkat perusahaan	28
4.1.2 Visi dan Misi.....	28
4.2 Uji Validitas	29
4.3 Uji Reliabilitas	30
4.4 Uji Normalitas.....	30
4.5 Uji Multikolinearitas.....	31
4.6 Uji Heteroskedastisitas.....	31
4.7 Uji Regresi Linear Berganda.....	32
4.8 Uji Hipotesis	33
4.9 Uji Koefisien Determinasi	34
4.10 Pembahasan.....	35
4.10.1 Pengaruh context terhadap minat beli	35
4.10.2 Pengaruh communication terhadap minat beli	36
4.10.3 Pengaruh collaboration terhadap minat beli	37
4.10.4 Pengaruh connection terhadap minat beli.....	37
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Kesimpulan	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 AIDA.....	14
Tabel 2.2 Operasional Variabel.....	17
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	29
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	31
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	32
Tabel 4.5 Hasil Uji F.....	33
Tabel 4.6 Hasil Uji T	34
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data rata-rata waktu penggunaan internet	2
Gambar 1.2 Platform media sosial paling aktif di Indonesia	3
Gambar 1.3 Kedai Sini Kopi Jember	4
Gambar 1.4 Akun Instagram Sini Kopi.....	4
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	16
Gambar 3.1 Instagram Sini Kopi.....	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	30
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1:	Kuesioner Penelitian	43
Lampiran 2:	Statistik responden dan jawaban responden melalui Esurvey.....	46
Lampiran 3:	Rekapitulasi Kuesioner	47
Lampiran 4:	Hasil Perhitungan.....	53
Lampiran 5:	Dokumentasi	58



PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Pada Kedai Sini Kopi Jember, telah diujikan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Senin

Tanggal : 15 Juni 2020

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim penguji,

Dr. Nurul Qomariah, SE, MM

NPK 06 03 426

Anggota 1,

Drs. M. Naeiy Azhad, MM

NPK 196612311993031006

Anggota 2,

Nursaidah, SE, MM

NPK 15 09 637

Mengesahkan



Dr. Arik Susibiyani, SE, M.si
NPK 01 09 289

Ketua Program Studi,

Haris Hermawan, SE, MM
NPK 15 03 640

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fahildatus Triana Ningsih
NIM : 1610411185
Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PADA KEDAI SINI KOPI JEMBER** ; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Tember 15 juni 2020



Fahildatus Triana N

NIM. 1610411185