

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KEYLOVEID METRO**

SKRIPSI



Oleh:

MEITISTA AYU MAULIDA

NPM. 20610034

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

2024



**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KEYLOVEID METRO**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Muhammadiyah Metro**

OLEH:

MEITISTA AYU MAULIDA

NPM: 20610034

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

2024

ABSTRAK

**Meitista Ayu Maulida. NPM: 20610034. SKRIPSI: PENGARUH MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
KEYLOVEID METRO. Skripsi ini dibimbing oleh: Dr. H. Febriyanto, M.M. dan
Fitriani, S.E., M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Keyloveid Metro. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi salah satu platform utama untuk melakukan promosi bagi banyak bisnis, termasuk toko daring. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak [jumlah sampel] responden yang merupakan konsumen Toko Keyloveid Metro. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik regresi linier sederhana. Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi media sosial instagram (X), sementara variabel dependen adalah keputusan pembelian konsumen (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola Toko Keyloveid Metro dalam mengoptimalkan strategi promosi di media sosial untuk meningkatkan penjualan.

Kata kunci: promosi media sosial, Instagram, keputusan pembelian, Keyloveid, strategi pemasaran.

ABSTRACT

**Meitista Ayu Maulida. NPM: 20610034. SKRIPSI: PENGARUH MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO
KEYLOVEID METRO. Skripsi ini dibimbing oleh: Dr. H. Febriyanto, M.M. dan
Fitriani, S.E., M.M.**

This research aims to analyze the influence of Instagram social media promotions on consumer purchasing decisions at the Keyloveid Metro Store. Social media, especially Instagram, has become one of the main platforms for promotions for many businesses, including online stores. This research uses quantitative methods with a sample of [number of samples] respondents who are consumers of the Keyloveid Metro Store. Data was collected through questionnaires and analyzed using simple linear regression techniques. The independent variables in this research are promotions social media Instagram (X), while the dependent variable is consumer purchasing decisions (Y). The research results show that promotions via Instagram have a significant influence on consumer purchasing decisions. It is hoped that these findings can provide input for Keyloveid Metro Store managers in optimizing promotional strategies on social media to increase sales.

Keywords: social media promotion, Instagram, purchasing decisions, Keyloveid, marketing strategy.

RINGKASAN

Penggunaan media sosial telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Selain sebagai sarana komunikasi dan bersosialisasi, media sosial juga berkembang menjadi salah satu saluran pemasaran yang efektif bagi pelaku bisnis. Melalui media sosial, perusahaan dapat mempromosikan produk dan layanannya dengan biaya yang relatif lebih murah dibandingkan promosi melalui media konvensional. Dapat disimpulkan bahwa promosi media sosial Instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Keyloveid Metro.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Pendekatan ini digunakan untuk mengukur pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen di toko KEYLOVEID Metro. Penelitian kuantitatif cocok karena dapat mengukur hubungan antara variabel-variabel dengan menggunakan data numerik dan analisis statistik.

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang diperoleh, maka dapat diambil beberapa kesimpulan berikut ini: Promosi media sosial instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko keyloveid Metro. Yang artinya jika toko keyloveid Metro rajin mempromosikan dan rajin membuat konten di Instagram, maka dapat meningkatkan Keputusan pembelian terhadap konsumen.

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KEYLOVEID METRO**

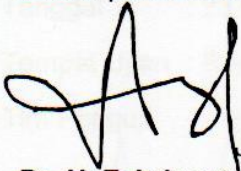
Oleh

MEITISTA AYU MAULIDA

NPM. 20610034

Telah disetujui Oleh:

Dosen pembimbing I.



Dr. H. Febriyanto, M.M.

NIDN. 0223027901

Dosen pembimbing II.

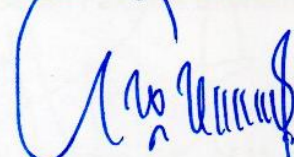


Fitriani, S.E., M.M.

NIDN. 0206068604

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Nani Septiana, S.E., M.M.

NIDN. 0220098901

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO KEYLOVEID METRO

MEITISTA AYU MAULIDA

NPM: 20610034

Telah Diuji Dinyatakan Lulus pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 23 Agustus 2024

Tempat Ujian : Ruang Sidang FEB UM Metro

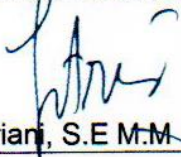
Tim Penguji



Dr. H. Febriyanto, M.M

Ketua Penguji

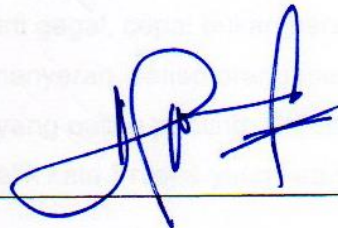
NIDN. 0223027902



Fitriani, S.E M.M

Sekretaris

NIDN. 0206068604



H. Suwanto, S.E., M.M

Penguji Utama

NIDN. 0223027902

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

HALAMAN MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”

(QS. Albaqarah : 286)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu, lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)

‘Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

“Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. **PERCAYA PROSES** itu yang paling penting. Karena Allah telah mempersiapkan hal baru dibalik kata Proses yang kamu anggap Rumit”

(Edwar Satria)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim...

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesadaran hati dan kesabaran yang luar biasa.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Teristimewa untuk kedua orang tua saya Bapak Sutikno dan Ibu Suyatun dan gelar sarjana ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya tercinta, yang selalu memberikan dukungan penulis berupa moril maupun material yang tak terhingga serta doa yang tidak ada putusnya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studi sarjana hingga selesai, semoga rahmat Allah SWT selalu mengiringi kehidupanmu yang barokah, senantiasa diberikan kesehatan dan panjang umur.
2. Teruntuk adik kandung saya Dewangga Bagus Tegar Wibowo, terimakasih telah memberikan penulis dukungan dan pengingat bagi penulis agar menyelesaikan studi tepat waktu.
3. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya Reza Ahmad Hanafi. Terimakasih telah menjadi bagian perjalanan hidup saya. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Telah menjadi rumah, pendamping dalam segala hal yang menemani, mendukung atau menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui.
4. Bapak dan ibu dosen prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro yang telah membimbing dan mendukung saya sehingga bisa menyelesaikan skripsi sesuai target.
5. Teman seperjuanganku, Wulan Erliana Safitri. Terimakasih selalu kebersamaan serta membantu dalam kerumitan menyusun skripsi penulis. Terimakasih sudah menjadi teman yang baik yang selalu memberikan motivasi, arahan dan semangat disaat penulis tidak percaya akan dirinya sendiri dan sempat hilang

arah sehingga saat ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini secara tepat waktu. Semoga Allah membalas segala kebaikan kamu.

6. Kepada diri saya sendiri, yang telah bertahan hingga saat ini disaat penulis tidak percaya terhadap dirinya sendiri. Namun penulis tetap mengingat bahwa setiap langkah kecil yang telah diambil adalah bagian dari perjalanan, meskipun terasa sulit atau lambat. Perjalanan menuju impian bukanlah lomba sprint, tetapi lebih seperti maraton yang memerlukan kekuatan, kesabaran dan tekad yang kuat. Terimakasih sudah dapat bertahan dan menyelesaikan studi ini dengan tepat waktu. Apapun pilihan yang telah dipegang sekarang teimakasih sudah berjuang sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha sampai titik ini dan tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu apapun kekurangan dan kelebihanmu mari tetap berjuang untuk kedepan.
7. Teruntuk Almamaterku tercinta, Universitas Muhammadiyah Metro.

Metro, Agustus 2024

Meitista Ayu Maulida

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran tuhan yang maha esa, karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa suatu halangan apapun, dengan judul skripsi **“Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Keyloveid Metro”**.

Penulis menghadapi berbagai kesulitan dan kendala selama penyusunan skripsi ini, namun berkat bantuan dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Nyoto Suseno, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro
3. Nani Septiana, S.E., M.M. selaku kepala program studi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
4. Dr. H. Febriyanto, S.E.,M.M. selaku Pembimbing I, Dosen Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah sangat berjasa terhadap penulis, dari segi waktu, tenaga, ilmu, dan motivasi serta memberikan arahan yang dalam penyusunan proposal skripsi ini.
5. Fitriani, S.E, M.M. Selaku Pembimbing II, sebagai Pembimbing II yang telah mengeluarkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga sampai terselesaikannya proposal ini.
6. Seluruh Dosen S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan ilmu, nasihat dan dukungan yang penulis peroleh selama menjadi mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Metro.
7. Serta seluruh tenaga usaha (TU) Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kemudahan dalam persiapan berkas-berkas selama perkuliahan.
8. Teman seperjuangan kuliah penulis yang telah mendukung penulis untuk semangat dan yakin dalam penyusunan skripsi.
9. Teman-teman yang tidak bisa penulis ucapkan yang telah

mendukung dan doa yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT membalas amal kebaikan Bapak/Ibu/Sdr/i. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan sehingga kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan, akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Metro, Agustus 2024



Meitista Ayu Maulida

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan ini saya:

Nama : Meitista Ayu Maulida

Npm : 20610034

Fakultas : Ekpnomi Dan Bisnis

Prodi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Keyloveid Metro”** benar hasil karya saya, bukan plagiat.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik sarjana manajemen dan akan mempertanggung jawabkan secara hukum. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, Agustus 2024

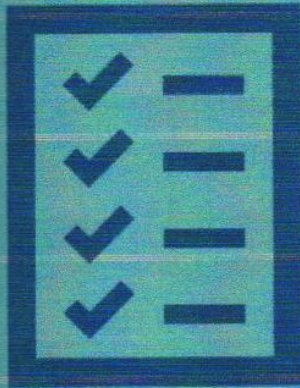


Meitista Ayu Maulida

Npm. 20610034



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



Alamat:

Ki Hajar Dewantara No.116
Sugmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Lampung, Indonesia

Website: upi.ummetro.ac.id

Email: help.upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

NOMOR. 1025/II.3.AU/F/UPI-UK/2024

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : Meitista Ayu Maulida
NPM : 20610034
JENIS DOKUMEN : Skripsi

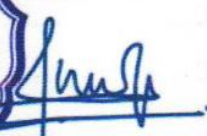
JUDUL : PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KEYLOVEID METRO

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 23 Agustus 2024
Kepala Unit,


Dr. Nego Linuhung, M.Pd.
NIDN. 0220108801

DAFTAR ISI

COVER	i
LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
RINGKASAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
HALAMAN MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Rumusan Masalah	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Kegunaan Penelitian	3
F. Ruang Lingkup Peneliiian	4
G. Sistematika Penelitian	4
BAB II KAJIAN LITERATUR	6
A. Manajemen Bisnis	6
B. Pemasaran	9
C. Promosi.....	11
D. Media Sosial	14
E. Instagram	18

F. Keputusan Pembelian	20
G. Penelitian Relavan	22
H. Kerangka Pemikiran.....	25
I. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Desain Penelitian	28
B. Tahapan Penelitian	28
C. Operasional Variabel.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Teknik Analisis Data.....	33
F. Hipotesis Statistik	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	39
B. Uji Reliabilitas	42
C. Distribusi Frekuensi Data	43
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran	57
DAFTAR LITERATUR	58
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Data Penjualan Keyloveid Metro	2
Tabel 2. Penelitian Relevan	22
Tabel 3. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	31
Tabel 4. Nilai dan Kategori Jawaban Skala Likert	32
Tabel 5. Uji Validitas Pengaruh Promosi (X1).....	39
Tabel 6. Uji Validitas Promosi Media Sosial (X2).....	40
Tabel 7. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	41
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas (X1)	42
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas (X2)	43
Tabel 10. Uji Reliabilitas (Y)	43
Tabel 11. Jenis Kelamin	44
Tabel 12. Karakteristik Responden Menurut Usia	44
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Data Pengaruh Promosi	45
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Data Promosi Media Sosial	47
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas	49
Tabel 16. Hasil Uji Linearitas X1 terhadap Y	50
Tabel 17. Hasil Uji Linearitas X2 terhadap Y	51
Tabel 18. Hasil Uji Homogenitas X1 terhadap Y.....	51
Tabel 19. Hasil Uji Homogenitas X2 terhadap Y.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 2. Frekuensi Data Variabel Pengaruh.....	46
Gambar 3. Frekuensi Data Media Sosial	47
Gambar 4. Frekuensi Keputusan Pembelian	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	61
Lampiran 2. Kuisisioner Hasil	73