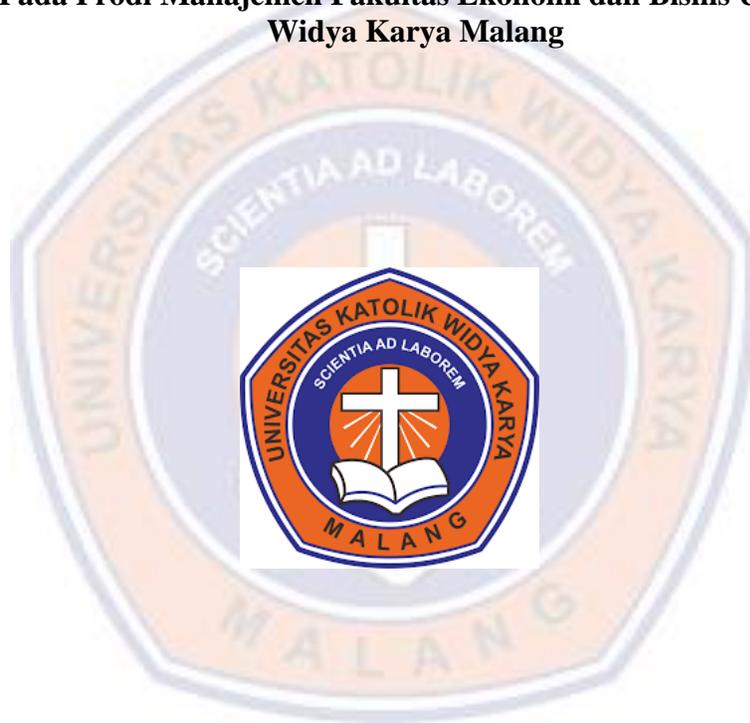


**PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KOPIYOR OUTLET SOEKARNO HATTA MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik
Widya Karya Malang**



**DISUSUN OLEH:
HANI KASIANI
201711048**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PRODI MANAJEMEN
2021**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hani Kasiani
NIM : 201711048
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Judul : PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPIYOR
OUTLET SOEKARNO HATTA MALANG

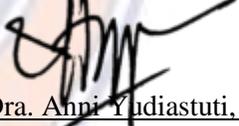
Malang, 10 Juni 2021

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I


J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM
NIDN: 0724018601

Pembimbing II


Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN: 0701056401

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN: 0701056401

Ketua Prodi Manajemen



J. Vicka Bayu W., S.Pd., M.SM
NIDN: 0724018601

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KOPIYOR OUTLET SOEKARNO HATTA MALANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

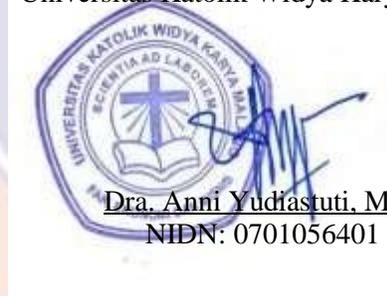
Nama : Hani Kasiani

NIM 201711048

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 10 Juni 2021 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1)

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Karya Malang



Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN: 0701056401

DEWAN PENGUJI

1. J. Vicka Bayu Wardhani, S.Pd.,M.SM
NIDN : 0724018601
2. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.
NIDK : 8887223419
3. Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN: 0701056401

TANDA TANGAN



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : "Pengaruh Iklan Media Sosial (*Instagram*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopiyou Outlet Soekarno Hatta Malang" merupakan karya asli dari :

Nama : Hani Kasiani
NIM : 201711048
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah dideteksi tingkat plagiasinya secara online oleh Perpustakaan Universitas Katolik Widya Karya Malang, menggunakan *Turnitin Plagiarism Checker* dan sudah memenuhi kriteria toleransi yaitu sebesar < 30%

(surat keterangan deteksi plagiasi terlampir).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

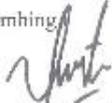
Malang, 21 Juli 2021



(Hani Kasiani)

DITERIMA DAN DISETUIJ:

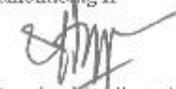
Pembimbing I


J. Vieka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN. 0701056401

Pembimbing II


Dra. Anni Yudiastuti, M.P.
NIDN. 0701056401

Mengetahui:

Ketua Program Studi Manajemen


J. Vieka Bayu Wardhani S.Pd., M.SM.
NIDN. 0724018601

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA



Jalan Kelapa Kopyor Raya CE 2 No.12A, Kelapa Gading, Jakarta Utara

021-45857781 / kopyor.indo@gmail.com

SURAT KETERANGAN

Dengan ini kami yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Desy Jayanti Sitepu, S.M., M.Ak.
Jabatan : Human Resources Manager

Menerangkan bahwa :

Nama : Hani Kasiani
NIM : 201711048
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / Jurusan Manajemen
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Telah melakukan penelitian di KOPIYOR Outlet Soekarno Hatta Malang terhitung sejak tanggal 15 April 2021 sampai dengan tanggal 14 Mei 2021 dan kami berikan data – data pendukung untuk menunjang penyelesaian Tugas Akhir (SKRIPSI) yang berjudul “Pengaruh Iklan Media Sosial (*Instagram*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopyor Soekarno Hatta Malang”.

Demikian surat keterangan ini kami buat dan kiranya dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Jakarta, 20 Mei 2021

Desy Jayanti Sitepu, S.M., M.Ak.
Human Resources Manager

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Terimakasih kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat semua rahmat-Nya, berkat-Nya, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Terimakasih kepada Emak,Mama,Mak Bu'a yang sudah memberikan dukungan dan tidak lelah selalu mendoakan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
3. Terimakasih kepada saudara-saudraku Ko Beni, Ce Sari, Ce Lani, Ko Feri yang memberikan dukungan hingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu.
4. Terimakasih kepada Felix Berwyn, Marcello Godwin, Farrel Bryan keponakan yang selalu memberikan semangat untuk penyelesaian skripsi ini.
5. Terimakasih kepada APTIK (Asosiasi Perguruan Tinggi Katolik) yang sudah memberikan beasiswa, memberikan dukungan dan semangat selama pengerjaan skripsi hingga skripsi selesai tepat waktu.
6. Terimakasih kepada Cyrillus Tauruspada Dun yang selalu memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
7. Terimakasih untuk Ira, Bagus, Faby, Mia, Stefan, Ronald, Zansha yang selalu membantu, memberikan dukungan, semangat dan terus memotivasi sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
8. Terimakasih kepada seluruh teman-teman di angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen yang memberikan dukungan, bantuan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Hani Kasiani
NIM : 2017110498
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Tempat, Tanggal Lahir : Sumenep, 13-09-1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Katolik
Alamat : Sumenep, Madura, Jawa Timur
Nama Orangtua (Ayah) : Sukisno
(Ibu) : Maria Yovita Susilawati
Riwayat Pendidikan :
Tahun 2000-2006 : Lulus SDK Sang Timur Sumenep
Tahun 2006-2010 : Lulus SMPK Katolik St. Yusuf Sumenep
Tahun 2010-2014 : Lulus SMAN 1 Batuan Sumenep
Tahun 2017-2021 : S1 Manajemen Universitas Katolik Widya Karya Malang

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan yang Maha Kuasa karena kasih karunia dan penyertaan-Nya, skripsi yang berjudul “ PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KOPIYOR OUTLET SOEKARNO HATTA MALANG“ dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini merupakan tugas akhir dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Pada kesempatan ini, penulis juga hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang selalu memberikan motivasi dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini:

1. Ibu Jovita Vicka Bayu Wardhani, S.Pd., M.SM. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan masukan dan arahan selama proses pengerjaan skripsi serta memberikan kritik, saran dan motivasi kepada peneliti yang sangat bermanfaat.
2. Ibu Dra. Anni Yudiastuti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya dengan sabar membimbing dan mengarahkan penyusunan skripsi serta memberi kritik, saran dan motivasi kepada peneliti yang sangat bermanfaat.

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

3. Kopyor Outlet Soekarno Hatta Malang yang telah memberikan izin, tempat, data dan bantuan-bantuan lain kepada peneliti demi kelancaran penyelesaian skripsi ini.
4. Para Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis atas bimbingan dan ilmu yang diberikan selama kuliah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna untuk memperbaiki skripsi ini dkemudian hari.

Akhir kata penulis mohon maaf jika dalam penelitian masih terdapat kekurangan dan semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya dalam menambah referensi.

Malang, 10 Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Kajian Pustaka.....	10
C. Kerangka Pikir	23
D. Hipotesis.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	24
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	24
C. Lokasi Penelitian.....	24
D. Populasi, Sampel, Teknik Sampling	24
E. Sumber Data	26
F. Jenis Data.....	27
G. Definisi Operasional.....	27
H. Metode Pengumpulan Data.....	29
I. Teknik Analisis Data	30

BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	33
1. Sejarah Perusahaan	33
2. Visi dan Misi Perusahaan	34
3. Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Tugas	35
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	39
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	41
D. Analisis Data dan Interpretasi Data.....	
1. Uji Instrumen.....	
2. Uji Asumsi Klasik	50
3. Analisis Regresi Linier Sederhana	53
4. Uji Hipotesis	54
E. Pembahasan	55
F. Implikasi Hasil Penelitian.....	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	60
C. Daftar Pustaka	62
D. Lampiran.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3.1 Definisi Operational.....	27
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.3 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden <i>Context</i>	42
Tabel 4.4 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden <i>Communication</i>	43
Tabel 4.5 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden <i>Collaboration</i>	44
Tabel 4.6 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden <i>Connection</i>	45
Tabel 4.7 Deskripsi Frekuensi Jawaban Responden Keputusan Pembelian	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir..... 23

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan 34

Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas..... 50

Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas 52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Output Data



PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *KOPIYOR* OUTLET SOEKARNO HATTA MALANG

ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat perusahaan saling berlomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dunia usaha, mengalami perkembangan yang cukup signifikan dengan munculnya perusahaan yang berusaha menciptakan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Maraknya penggunaan media sosial seperti *facebook, instagram, whatsapp, twitter, line, google, youtube dan tiktok* membuat perusahaan semakin tertarik untuk bersaing dalam mempromosikan produknya secara online dunia usaha. Instagram adalah salah satu sosial media yang belakangan ini sangat meningkat, instagram sendiri berdiri pada tahun 2010. Peluang beriklan melalui media sosial instagram ini diambil oleh salah satu coffe shop yaitu Kopyor Outlet Soekarno Hatta Malang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : Pengaruh signifikansi iklan media sosial (*instagram*) terhadap keputusan pembelian pada Kopyor Outlet Soekarno Hatta Malang. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Kopyor Outlet Soekarno Hatta Malang. Sampel yang diambil adalah sebanyak 65 responden dengan teknik sampling menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa iklan media sosial (*instagram*) yang terdiri atas indikator *context, communication, collaboration, connection* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kopyor Outlet Soekarno Hatta Malang dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang jauh lebih kecil dari alpha 0.05. Dari hasil uji t nilai t hitung sebesar $10,982 > 0.2441$ (t tabel) dan dapat disimpulkan bahwa Iklan Media Sosial (*Instagram*) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Iklan Media Sosial (*Instagram*) memiliki pengaruh sebesar 0.657 atau sama dengan 65,7% Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopyor Outlet Soekarno Hatta Malang.

Kata Kunci : Iklan Media Sosial Instagram dan Keputusan Pembeli

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

