

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS
PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN KEMUDAHAN
MENGAKSES PRODUK TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN**

(Studi Terhadap Konsumen Akun Instagram Falish.Store)

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Dix Prabowo

NPM : 13 03 20335

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA, JULI 2020**

Skripsi

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS PELAYANAN,
KUALITAS PRODUK, DAN KEMUDAHAN MENGAKSES PRODUK
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN**

Disusun Oleh:

Dix Prabowo

NPM : 13 03 20335

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

16 Juni 2020

Skripsi

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS PELAYANAN,
KUALITAS PRODUK, DAN KEMUDAHAN MENGAKSES PRODUK
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Dix Prabowo

NPM : 13 03 20335

Telah dipertahankan didepan tim penguji pada tanggal 6 Juli 2020

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai sederajat

Sarjana Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN TIM PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.

Yogyakarta, 6 Juli 2020

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

SURAT KETERANGAN

No. 455/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Senin, 6 Juli 2020 dengan susunan pengujian sebagai berikut:

1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. (Ketua Penguji)
2. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. (Anggota)
3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. (Anggota)

Tim Pengujian Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Dix Prabowo
NPM : 130320335

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Dix Prabowo telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia pengujian.

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS PELAYANAN,
KUALITAS PRODUK, DAN KEMUDAHAN MENGAKSES PRODUK
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN**

adalah hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung ataupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 01 Juni 2020

Yang menyatakan

Dix Prabowo

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penyusunan skripsi dengan judul “PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN KEMUDAHAN MENGAKSES PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN (Studi Terhadap Konsumen Akun Instagram Falish.Store)” ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Untuk kedua orang tua saya, Bapak Ahmad Sanusi dan Mamah Siti Rusmiati yang tidak pernah menyerah untuk menyemangati saya dalam kondisi apapun, selalu memberi restu, dukungan dan kasih sayang yang tidak ada hentinya kepada saya, terima kasih bapak sama mamah atas keringat dan jerih payah kalian hingga anakmu dapat menyelesaikan skripsi dan kuliah ini.
3. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. selaku dosen pembimbing saya, yang bersedia meluangkan waktunya dan selalu sabar dengan saya karena sering telat dalam bimbingan skripsi.
4. Aa Nunu dan Tete Nanda yang selalu memberikan doa dan semangatnya untuk saya, serta kedua keponakan saya Chayra dan Ciara yang selalu menanyakan kapan saya lulus kuliah, serta kedua adik saya Dhea dan Aria yang selalu membantu dalam doa, terima kasih.

5. Sahabat terbaik saya James Kristian Duan, Edoardus Angger Relo Pambudi, Wong Ivan Christoper Adiputra, Ruben Mocodopis, Hesky Hero Tangel yang selalu memberikan semangat dan doanya agar skripsi ini dapat selesai dengan baik.
6. Teman-teman terbaik di Discord SKY yang saya sayangi, Hela, Sofia Kirana, Jean Asri, Seii, Mora, Triawan, Rofi, Rakuto terima kasih telah memberi saya tawa dan canda, motivasi serta setia menemani hingga pagi hanya untuk menemani saya mengerjakan skripsi, terima kasih atas waktunya yang telah kalian berikan untuk saya.
7. Teman-teman Nologaten Bersatu, Ilham Gemilang, Gatot Prasetyo, Roberto Lucky Saragih, Dhea Dewanto, Galih Prayogo, Indra, Sandi, Oki, Rekyan, kalian memang teman yang baik.
8. Teman KKN Kelompok 23 Kebonromo, yang selalu menanyakan kapan saya lulus, terima kasih.
9. Rektor, Dekan, semua dosen dan karyawan bagian akademik, tata usaha, bagian perkuliahan, unit perpustakaan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu dan memberikan pelayanan terbaik selama ini.
10. Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, karena kalian semua skripsi ini dapat selesai dengan baik.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu, semoga Allah SWT memberikan balasan untuk kalian semua.

Yogyakarta, 01 Juni 2020

Penulis

QUOTES

“It Always Seems Impossible Until It Is Done”

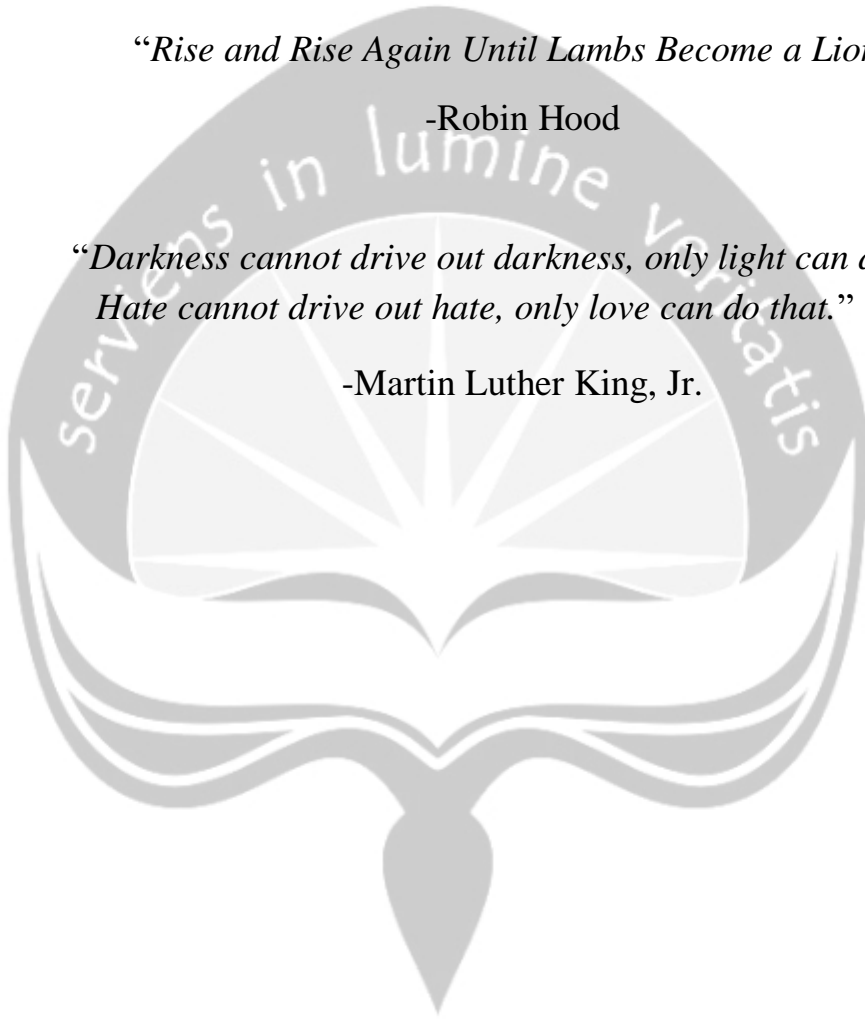
-Nelson Mandela

“Rise and Rise Again Until Lambs Become a Lions”

-Robin Hood

*“Darkness cannot drive out darkness, only light can do that.
Hate cannot drive out hate, only love can do that.”*

-Martin Luther King, Jr.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN SURAT KETERANGAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
QUOTES	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	7
2.1 Media Sosial Instagram	7
2.1.1 Pengertian Media Sosial Instagram	7
2.1.2 Fitur-Fitur Instagram	8
a. Home Page	8
b. Comments	8
c. Explore	8
d. Profil	8
e. News Feed	8
f. Judul	9
g. Hastag.....	9
h. Lokasi.....	9
i. Follow	9
	ix

j. Like	9
k. Mentions	9
2.2 Kualitas Pelayanan	10
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	10
2.3 Kualitas Produk	11
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk	11
2.3.2 Manfaat Kualitas Produk	12
2.4 Kemudahan Mengakses Produk	12
2.4.1 Pengertian Kemudahan Mengakses Produk	12
2.5 Niat Beli	13
2.5.1 Pengertian Niat Beli	13
2.6 Penelitian Terdahulu	14
2.7 Pengembangan Hipotesis	16
a. Pengaruh Media Sosial Terhadap Niat Beli Konsumen	16
b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Konsumen	16
c. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Konsumen .	17
d. Pengaruh Kemudahan Mengakses Produk Terhadap Niat beli Konsumen.....	17
2.7 Kerangka Pemikiran	17
2.8 Pilot Studi	18
2.9 Kesimpulan Pilot Studi	21
BAB III Metode Penelitian	22
3.1 Lokasi, Objek dan Subjek Penelitan	22
3.2 Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data	22
3.2.1 Sampel dan Metode Sampling	22
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	23
3.3 Definisi Operasional	24
3.4 Metode Pengujian Instrumen	25
3.4.1 Uji Validitas	25
3.4.2 Uji Reliabilitas	27
3.5 Metode Analisis Data	28

3.5.1 Analisis Data Statistik Deskriptif	28
3.5.1.1 Analisis Regresi Linear	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.3 Analisis Regresi Linear	31
4.3.1 Hasil Analisis Regresi Linear Pengaruh Media Sosial Instagram, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kemudahan Mengakses Produk Terhadap Niat Beli Konsumen	31
4.3.1.1 Hasil Analisis Pengujian Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Niat Beli	32
4.3.1.2 Hasil Analisis Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli	32
4.3.1.3 Hasil Analisis Pengujian Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli	33
4.3.1.4 Hasil Analisis Pengujian Pengaruh Kemudahan Mengakses Produk Terhadap Niat Beli	33
BAB V PENUTUP	35
5.1 Kesimpulan	35
5.2 Implikasi Manajerial	36
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	39

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Pilot Studi	18
3.1. Skor Dalam Setiap Pertanyaan	23
3.2 Definisi Operasional	24
3.3 Uji Validitas	26
3.4 Uji Reliabilitas	27
3.5 Interpretasi Korelasi	30
4.1 Hasil Analisis Regresi Berganda Melalui SPSS	31

DAFTAR GAMBAR

1.1 Jumlah Pengguna Instagram di Berbagai Negara di Dunia	2
1.2 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia	3

1.3	Contoh Toko Online Shop	4
2.1	Kerangka Pemikiran Model Penelitian	17

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	43
LEMBAR PERMOHONAN KESEDIAAN MENGISI KUESIONER	44
INFORMASI RESPONDEN	45
KUESIONER PENELITIAN	46
LAMPIRAN II	48
UJI VALIDITAS PEARSON	49
UJI RELIABILITAS	50
LAMPIRAN III	51
UJI LINEAR REGRESI BERGANDA	52
LAMPIRAN IV	53
JURNAL UTAMA	54



ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN KEMUDAHAN MENGAKSES PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN

Disusun oleh:

Dix Prabowo

NPM : 13 03 20335

Pembimbing:

Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, SE., M.Si.

Kata Kunci: Media Sosial Instagram, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kemudahan Mengakses Produk, Niat Beli Konsumen.

Globalisasi telah membuka banyak peluang baru bagi para pelaku bisnis, salah satunya adalah dengan lahirnya internet yang bisa diakses dengan mudah dimana saja. Para pelaku bisnis *online shop* dalam kegiatan bisnisnya mempunyai tujuan utama yaitu untuk memaksimalkan keuntungan yang bisa didapatkan dari bisnisnya tersebut. Para pelaku bisnis *online shop* dapat memahami bahwa bisnisnya bekerja dengan baik adalah dengan melihat bagaimana niat beli konsumen terhadap produk yang kita tawarkan secara *online*. Salah satu alat ukur untuk mengetahui niat beli konsumen adalah dengan menggunakan regresi linear berganda. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengukurnya adalah Media Sosial Instagram, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kemudahan Mengakses Produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana niat beli konsumen dipengaruhi oleh berbagai variabel tersebut. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner secara *online* dengan bantuan *Google Forms*.