

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* AKUN
INSTAGRAM GOLDENFACE.STORE TERHADAP MINAT
BELI *FOLLOWERS* AKUN INSTAGRAM
GOLDENFACE.STORE**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

YUNIAR INDRIANA

15 09 05749 / Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuniar Indriana

NPM : 150905749

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media Marketing* Akun Instagram Goldenface.store Terhadap Minat Beli *Followers* Akun Instagram Goldenface.store

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 15 April 2021

Saya yang menyatakan,



Yuniar Indriana

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* AKUN INSTAGRAM
GOLDENFACE.STORE TERHADAP MINAT BELI *FOLLOWERS* AKUN
INSTAGRAM GOLDENFACE.STORE**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh

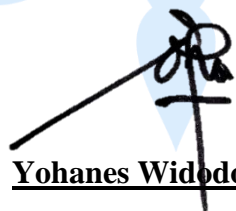
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

YUNIAR INDRIANA

No. Mhs. 150905749 / KOM

Disetujui oleh:



Yohanes Widodo, M.Sc.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* AKUN
INSTAGRAM *GOLDENFACE.STORE* TERHADAP MINAT BELI
FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM *GOLDENFACE.STORE***

Penyusun : Yuniar Indriana

NPM : 150905749

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada

Hari / Tanggal : Rabu / 16 Juni 2021

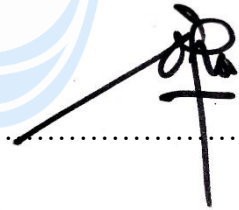
Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Yogyakarta

TIM PENGUJI

Yohanes Widodo, M.Sc

Penguji Utama



Ike Devi Sulistyanningtyas, S.Sos., M.Si.

Penguji I



Rebekka Rismayanti, M.A

Penguji II



HALAMAN PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI SAYA PERSEMBAHKAN UNTUK

Tuhan Yesus Kristus

yang selalu setia mendampingi dan menguatkan saya dari proses sampai akhir pembuatan skripsi ini

Orang Tua Terkasih

yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan doa bagi saya sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik dan lancar

Dosen Pembimbing Skripsi

yang senantiasa memberikan waktu dan ilmunya untuk membantu saya sampai skripsi ini terselesaikan dengan baik dan lancar

Teman-teman dan Sanak Saudara

yang selalu memberikan waktu, saran, tenaga dan hiburan dalam proses pengerjaan skripsi ini sampai akhir

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk dapat mengerjakan skripsi ini dengan baik dan lancar yang berjudul **“Pengaruh *Social Media Marketing* Akun Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kuantitatif Eksplanatif Pengaruh *Social Media Marketing* Akun Instagram Goldenface.store Terhadap Minat Beli *Followers* Akun Instagram Goldenface.store)”**. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih banyak atas doa restu, semangat, serta bantuan bagi pihak-pihak yang telah mendampingi penulis dalam proses menyelesaikan pengerjaan skripsi ini. Tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak yang mendampingi, penulis tidak akan dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kesempatan, petunjuk, perlindungan dan kesehatan bagi penulis untuk berjuang dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Ibu, bapak, kakak, serta saudara-saudari yang selalu memberikan dukungan, kepercayaan serta doanya agar penulis dapat menyelesaikan skripsi.
3. Dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing, memberikan arah serta masukan bagi penulis sehingga proses pengerjaan skripsi ini berjalan dengan baik dan lancar.

4. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan banyak pelajaran bagi penulis selama kurang lebih empat tahun.
5. Teman masa kecil Valentina Kurnia P. yang dengan sabar mau membantu dalam menerjemahkan bahasa asing kepada penulis.
6. Teman-teman kuliah penulis yang saling menyemangati dan membantu satu sama lain dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Teman SMA 12 konco yang telah menghibur, menyemangati dan membantu dikala penulis sedang kesulitan dalam proses penyelesaian skripsi.
8. Teman kelompok 41 KKN 73 yang tidak pernah lelah memberikan semangat dan bantuan bagi penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
9. Pemilik akun *online shop* Goldenface.store di media sosial Instagram yang memberikan izin untuk menjadikan Goldenface.store sebagai objek penelitian.
10. Para responden atau *followers* akun Instagram Goldenface.store yang meluangkan waktu dan berkenan untuk mengisi kuesioner penelitian.

Penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga segala dukungan, bantuan, serta doa dari semua pihak yang membantu penulis dapat dibalaskan kebaikannya oleh Tuhan Yang Maha Esa. Penulis berharap bahwa penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca terlepas dari kekurangan pada penelitian ini.

Yogyakarta, 20 Mei 2021

Penulis,

Yuniar Indriana

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING AKUN INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

ABSTRAK

Social media sebagai media baru yang memberikan pengaruh dalam kehidupan manusia di era digital membuat pemasar menggunakan kesempatannya untuk dapat menjangkau pelanggan melalui *social media*. Beberapa penelitian menghasilkan temuan bahwa *social media marketing* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Namun, pada penelitian tersebut lebih membahas mengenai suatu *brand* yang menggunakan akun *social media* Facebook, Twitter dan Instagram sebagai alat promosi. Sedangkan pada penelitian ini lebih mengarah kepada penggunaan akun *online shop* Goldenface.store di *social media* Instagram sebagai media promosi produk *sneakers* dari berbagai merek baik lokal maupun internasional. Instagram sebagai salah satu *social media* yang sekarang ini tidak hanya untuk bersosial saja, akan tetapi dimanfaatkan sebagai *social media* pilihan masyarakat terutama pemasar untuk mempromosikan produk secara digital. Maka dari itu, penelitian ini lebih membahas mengenai aktivitas *social media marketing* yang dilakukan oleh Goldenface.store di *social media* Instagram terhadap minat beli *followers* Goldenface.store.

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui adanya pengaruh *social media marketing* (variabel X) yang dilakukan oleh akun Instagram Goldenface.store terhadap minat beli (variabel Y) *followers* akun Instagram Goldenface.store. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survei dan analisis data penelitian menggunakan analisis regresi linear sederhana. Responden penelitian ini merupakan *followers* Goldenface.store. Teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yang mendapatkan jumlah total sampel sebanyak 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis data membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y. Pengaruh *social media marketing* akun Instagram Goldenface.store terhadap minat beli *followers* sebesar 56,4%, sedangkan sebesar 43,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hipotesis H_a diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik *social media marketing* yang dilakukan oleh akun Instagram Goldenface.store maka semakin tinggi minat beli *followers* akun Instagram Goldenface.store.

Kata kunci: *Social Media Marketing*, Instagram, Goldenface.store, Minat Beli Followers

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
E. Kerangka Teori	15
1. <i>New Media</i>	15
2. <i>Social Media</i>	18
3. Instagram	22
4. <i>Social Media Marketing</i> (SMM)	23
5. Minat Beli	32
F. Kerangka Konsep dan Variabel Penelitian	37
1. Kerangka Konsep	37
1.1. <i>Social Media Marketing</i> (SMM)	37
1.2. Minat Beli	39
2. Variabel Penelitian	41
G. Hipotesis Penelitian	44

H. Definisi Operasional	45
I. Metodologi Penelitian	47
1. Jenis Penelitian	47
2. Metode Penelitian	48
3. Populasi dan Sampel	50
3.1 Populasi	50
3.2 Sampel	50
4. Teknik Pengumpulan Data	52
5. Uji Validitas dan Reliabilitas	54
5.1 Uji Validitas	54
5.2 Uji Reliabilitas	56
6. Teknik Analisis Data	57
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	59
A. Profil Goldenface.store	59
B. <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Followers</i> Instagram Goldenface.store	64
BAB III TEMUAN DAN ANALISIS DATA	75
A. Temuan Data Penelitian	75
1. <i>Social Media Marketing</i> (variabel X)	75
2. Minat Beli (Variabel Y)	93
B. Hasil dan Analisis Penelitian	101
1. Analisis Hubungan Antar Variabel	101
1.1 Uji Korelasi <i>Product Moment</i>	101
1.2 Uji Regresi Linear Sederhana	102
2. Analisis Data Penelitian	106
2.1 <i>Social media marketing</i> akun Instagram Goldenface.store	111
2.2 Minat beli <i>followers</i> akun Instagram Goldenface.store	129
BAB IV PENUTUP	134
A. Kesimpulan	134
B. Saran	135
Daftar Pustaka	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	PESO MODEL.....	26
Gambar 1.2	Aplikasi pemasaran di zona <i>social media</i>	27
Gambar 1.3	Model kerangka berpikir variabel X dan variabel Y	43
Gambar 2.1	Laman akun Instagram Goldenface.store	59
Gambar 2.2	Konten katalog akun Instagram Goldenface.store	61
Gambar 2.3	Komentar pada akun Instagram Goldenface.store	62
Gambar 2.4	Konten hari besar akun Instagram Goldenface.store	64
Gambar 2.5	Segmentasi <i>followers</i> akun Instagram Goldenface.store	66
Gambar 2.6	Konten <i>giveaway</i> akun Instagram Goldenface.store	67
Gambar 2.7	Konten bulanan akun Instagram Goldenface.store	68
Gambar 2.8	<i>Feedback</i> admin pada <i>followers</i> Goldenface.store	70
Gambar 2.9	Testimoni <i>followers</i> akun Instagram Goldenface.store	72
Gambar 2.10	Minat <i>followers</i> akun Instagram Goldenface.store	73
Gambar 3.1	Hubungan <i>Social Media Marketing</i> terhadap Minat Beli	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data <i>Online shop sneakers</i> Yogyakarta	9
Tabel 1.2	Definisi Operasional	46
Tabel 1.3	Data Uji Validitas	56
Tabel 1.4	Data Uji Validitas	57
Tabel 3.1	Entertainment	77
Tabel 3.2	Customization	80
Tabel 3.3	Interaction	83
Tabel 3.4	Word of mouth	86
Tabel 3.5	Trend	88
Tabel 3.6	Kategori setiap dimensi <i>social media marketing</i>	91
Tabel 3.7	Intention	94
Tabel 3.8	Willingness	95
Tabel 3.9	Recommendation	97
Tabel 3.10	Kategori setiap dimensi minat beli	99
Tabel 3.11	Korelasi <i>Product Moment</i>	101
Tabel 3.12	Variables Entered/ Removed	102
Tabel 3.13	Model Summary	103
Tabel 3.14	ANOVA	104
Tabel 3.15	<i>Coefficients</i>	105

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	146
	<i>Screenshot</i> Pengambilan Data Penelitian	151
	<i>Screenshot</i> Penyebaran Kuesioner Penelitian	152
	<i>Scoring</i> Data Penelitian	154
Lampiran II	Wawancara Pemilik Goldenface.store	157