

**PENGARUH KUALITAS KONTEN *SOFT LAUNCHING* KERETA
PANORAMIC MELALUI INSTAGRAM @KAWISATA TERHADAP
MOTIVASI PEMBELIAN TIKET OLEH *FOLLOWERS* @KAWISATA**

(Studi Eksplanatif Konten Instagram *Soft Launching* Kereta Panoramic Unggahan 23
Desember 2022 pada *Followers* Instagram @kawisata)



SKRIPSI

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

Oleh:

ANASTASIA KRISTIANA DEWI

190906880

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

202

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS KONTEN *SOFT LAUNCHING* KERETA
PANORAMIC MELALUI INSTAGRAM @KAWISATA TERHADAP
MOTIVASI PEMBELIAN TIKET OLEH *FOLLOWERS* @KAWISATA

SKRIPSI

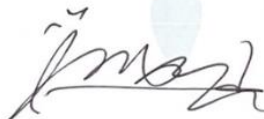
Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

ANASTASIA KRISTIANA DEWI

190906880

disetujui oleh :



Josep Joedhi Darmawan, M.A

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Konten *Soft Launching* Kereta Paoramic Melalui Instagram @kawisata Terhadap Motivasi Pembelian Tiket Oleh *Followers* @kawisata
Penyusun : Anastasia Kristiana Dewi
NPM : 190906880

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari / Tanggal : Selasa, 25 Juli 2023
Pukul : 11.00 WIB
Tempat : Kampus IV Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Pupung Arifin, M. Si

Penguji Utama

Josep Joedhi Darmawan, M.A

Penguji I

Birgitta Bestari Puspita Jati, M.A

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anastasia Kristiana Dewi

NPM : 190906880

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Konten *Soft Launching* Kereta Panoramic Melalui Instagram @kawisata Terhadap Motivasi Pembelian Tiket oleh *Followers* @kawisata

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, 11 Juli 2023

Saya yang menyatakan,



Anastasia Kristiana Dewi

HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini dipersembahkan untuk memuliakan nama Tuhan Yesus yang
senantiasa memberikan pencerahan dan bimbingan dalam proses skripsi ini.*

*Untuk keluarga yang selalu memberikan semangat dan motivasi dukungan
dalam proses pengerjaan skripsi ini dengan segala bentuk bantuan yang
diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.*

*Serta untuk seluruh teman-teman yang selalu mendukung dan berjuang
bersama dalam proses perjalanan selama kuliah hingga sampai pada tahapan
terakhir pengerjaan tugas akhir skripsi.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yesus yang selalu memberikan pencerahan dan bimbingan sehingga peneliti pada akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Kualitas Konten *Soft Launching* Kereta Panoramic Melalui Instagram @kawisata Terhadap Motivasi Pembelian Tiket Oleh *Followers* @kawisata. Peneliti mengucapkan banyak ucapan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam memberikan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini. Dukungan yang diberikan sangat berarti bagi peneliti dalam memberikan semangat, motivasi, serta waktu yang diberikan. Peneliti mengucapkan terima kasih setulus hati kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu memberikan ketabahan, pencerahan, kesehatan, dan bimbingan sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Keluarga yang selalu mendukung dan mendoakan saya agar skripsi yang dilakukan dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan terutama untuk Papa yang menjadi bentuk pertanggungjawaban dalam ranah pendidikan saya dan mampu memberikan kebanggaan tersendiri bagi Papa. Saya persembahkan juga bagi Mama yang selalu memberikan dukungan mental sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tuntas.
3. Teman-teman seperjuangan dalam penyelesaian tahapan akhir di dunia perkuliahan, Deis, Lauren, Gerard, Febian, Angela Merici, Pintil, Nadine, dan lainnya, saya ucapkan banyak terima kasih untuk selalu saling memberikan dukungan dan motivasi. Semangat berjuang untuk langkah kedepan, semoga selalu berkawan baik dan tetap bersama baik susah maupun senang!
4. Bapak Josep Joedhi Darmawan, M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu membantu dalam memberikan arahan dalam pengerjaan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih untuk segala saran dan dukungan yang diberikan.

5. Rekan kerja di PT Kereta Api Pariwisata kantor Gondangdia, saya ucapkan banyak terima kasih atas bantuan dan semangat yang diberikan dalam penyelesaian skripsi ini karena pengalaman dan waktu kebersamaan yang diberikan memberikan motivasi bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini, juga untuk seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
7. Untuk diriku sendiri, terima kasih karena telah berjuang hingga titik ini. Mencapai tahap ini memang bukan jalan yang mudah, tapi mampu menginjakkan kaki di fase ini merupakan sebuah kebanggaan dan awal untuk memasuki realita dunia yang sebenarnya.

Yogyakarta, 10 Juli 2023



Peneliti
Anastasia Kristiana Dewi

Anastasia Kristiana Dewi

No. Mhs: 190906880

**PENGARUH KUALITAS KONTEN *SOFT LAUNCHING* KERETA
PANORAMIC MELALUI INSTAGRAM @KAWISATA TERHADAP
MOTIVASI PEMBELIAN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas konten *Soft Launching* Kereta Panoramic melalui Instagram KAI terhadap motivasi pembelian oleh *followers* @kawisata. Kereta Panoramic merupakan salah satu produk baru dari PT Kereta Api Indonesia yang dikelola secara resmi oleh salah satu perusahaan PT Kereta Api Pariwisata (KAI Wisata). KAI memberikan rujukan dalam salah satu artikel di *website* yang mengarahkan masyarakat untuk mengakses informasi resmi terkait Kereta Panoramic dapat dilihat melalui media sosial @kawisata baik melalui Instagram yang menjadi pusat informasi seputar Kereta Panoramic.

Konten promosi secara digital dapat diukur tingkah pengaruhnya bagi masyarakat berdasarkan kualitas konten yang diunggah pada akun Instagram @kawisata pada tanggal 23 Desember 2022. Kualitas konten dapat diukur menggunakan 5 indikator diantaranya adalah *educates, informs, connects, entertains, dan create truthworthiness* (The Internet Marketing Academy, 2011). Kualitas konten merupakan salah satu rangsangan informasi yang dapat mengubah perilaku konsumen. Perilaku konsumen memiliki tujuan akhir pada keputusan pembelian dari konsumennya yang dapat dilihat melalui proses keputusan pembelian diantaranya pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pascapembelian. Penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan *purposive sampling* sebanyak 100 responden yang merupakan bagian dari *followers* Instagram @kawisata. Instrumen penelitian yang digunakan untuk menguji pernyataan pada kuesioner adalah uji validitas dan reliabilitas. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan dengan melakukan uji regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa semakin berkualitas konten *soft launching* Kereta Panoramic di akun Instagram @kawisata, maka akan semakin mendorong motivasi pembelian tiket layanan Kereta Panoramic oleh *followers* @kawisata yang artinya variabel X memberikan pengaruh terhadap variabel Y. Besaran pengaruh yang diberikan dari variabel X ke variabel Y adalah sebesar 56,9%.

Kata kunci: Kualitas Konten, *Soft Launching*, Kereta Panoramic, Instagram, Motivasi Pembelian

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Akademis	11
2. Manfaat Praktis	11
E. Kerangka Teori	11
1. Komunikasi Pemasaran.....	12
2. <i>Social Media Marketing</i>	14
3. Perilaku Konsumen	18
F. Kerangka Konsep.....	23
1. Kualitas Konten (Variabel X)	24
2. Motivasi Pembelian (Variabel Y)	25

G. Definisi Operasional Variabel.....	27
H. Hipotesis	30
I. Metodologi Penelitian	30
1. Metode Penelitian	30
2. Jenis Penelitian.....	31
3. Sumber Data.....	31
4. Jenis Data	32
5. Teknik Pengumpulan Data.....	32
6. Populasi.....	32
7. Sampel dan Teknik Sampling	33
8. Metode Pengukuran Data.....	34
9. Metode Pengujian Instrumen	35
10. Teknik Analisis Data.....	39
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	41
A. PT Kereta Api Pariwisata	41
B. Akun Instagram @kawisata.....	43
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Temuan Data	46
1. Deskripsi Distribusi Frekuensi.....	46
2. Hasil Deskripsi Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>).....	74
3. Analisis Regresi Sederhana.....	87
4. Analisis Hipotesis Penelitian	91
B. Pembahasan.....	92
BAB IV PENUTUP	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran	108
1. Saran Akademis	108
2. Saran Praktis	109
C. Batasan Penelitian.....	109

DAFTAR PUSTAKA..... 111

LAMPIRAN..... 113



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 2. Skor Skala Likert	35
Tabel 3. Interpretasi Nilai Korelasi Pearson	36
Tabel 4. Uji Validitas Variabel Content Marketing	37
Tabel 5. Uji Validitas Variabel Motivasi Pembelian	37
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 7. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Content Marketing	50
Tabel 8. Interval Item Pernyataan X1	52
Tabel 9. Interval Item Pernyataan X2	53
Tabel 10. Interval Item Pernyataan X3	54
Tabel 11. Interval Item Pernyataan X4	55
Tabel 12. Interval Item Pernyataan X5	56
Tabel 13. Interval Item Pernyataan X6	57
Tabel 14. Interval Item Pernyataan X7	58
Tabel 15. Interval Item Pernyataan X8	59
Tabel 16. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Motivasi Pembelian ...	60
Tabel 17. Interval Item Pernyataan Y1	62
Tabel 18. Interval Item Pernyataan Y2	63
Tabel 19. Interval Item Pernyataan Y3	64
Tabel 20. Interval Item Pernyataan Y4	65
Tabel 21. Interval Item Pernyataan Y5	66
Tabel 22. Interval Item Pernyataan Y6	67
Tabel 23. Interval Item Pernyataan Y7	68
Tabel 24. Interval Item Pernyataan Y8	69
Tabel 25. Interval Item Pernyataan Y9	70
Tabel 26. Interval Item Pernyataan Y10	71
Tabel 27. Interval Item Pernyataan Y11	72
Tabel 28. Interval Item Pernyataan Y12	73
Tabel 29. Interval Kualitas Konten	75
Tabel 30. Interval Motivasi Pembelian	82
Tabel 31. Nilai Interpretasi Korelasi Pearson	87

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. Distribusi Jenis Kelamin Responden	46
Diagram 2. Distribusi Usia Responden.....	47
Diagram 3. Distribusi Pendidikan Terakhir Responden	47
Diagram 4. Distribusi Pekerjaan Responden	48
Diagram 5. Distribusi Pendapatan Bulanan Responden	49
Diagram 6. Crosstab Jenis Kelamin dan Kualitas Konten	76
Diagram 7. Crosstab Usia dan Content Marketing	76
Diagram 8. Crosstab Pendidikan Terakhir dan Kualitas Konten	77
Diagram 9. Crosstab Pekerjaan dan Kualitas Konten	79
Diagram 10. Crosstab Penghasilan Bulanan dan Kualitas Konten	80
Diagram 11. Crosstab Jenis Kelamin dan Motivasi Pembelian	82
Diagram 12. Crosstab Usia dan Motivasi Pembelian	83
Diagram 13. Crosstab Pendidikan Terakhir dan Motivasi Pembelian	84
Diagram 14. Crosstab Pekerjaan dan Motivasi Pembelian	85
Diagram 15. Crosstab Penghasilan Bulanan dan Motivasi Pembelian	86
Diagram 16. Rekap Rata-Rata Interval Variabel X	94
Diagram 17. Rekap Rata-Rata Variabel Y	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Profil akun Instagram @kawisata	2
Gambar 2. Unggahan konten promosi Kereta Panoramic oleh KAI Wisata.....	3
Gambar 3. Model Perilaku Pembeli	19
Gambar 4. Proses Keputusan Pembelian	21
Gambar 5. Bagan Kerangka Konsep.....	27
Gambar 6. Tampilan Kursi Penumpang Pada Kereta Panoramic	42
Gambar 7. Tampak Luar Kereta Panoramic	43
Gambar 8. Profil Akun Instagram @kawisata	44
Gambar 9. Unggahan Konten Soft Launching Kereta Panoramic di Instagram @kawisata	45
Gambar 10. Hasil Uji Regresi Sederhana (Model Summary).....	88
Gambar 11. Hasil Uji Regresi Sederhana (ANOVA)	88
Gambar 12. Hasil Uji Regresi Sederhana (Coefficient).....	89
Gambar 13. Hasil Uji T.....	91
Gambar 14. Caption Unggahan Konten Soft Launching Kereta Panoramic Pada Instagram @kawisata Tanggal 23 Desember 2022.....	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 2. Perhitungan SPSS Uji Validitas	120
Lampiran 3. Perhitungan SPSS Uji Reliabilitas.....	122
Lampiran 4. Perhitungan SPSS Chi Square	124
Lampiran 5. Perhitungan SPSS Uji Regresi Linear Sederhana.....	129

