

**PENGARUH KUALITAS KONTEN INSTAGRAM
@VENTELASHOES TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *BRAND* LOKAL VENTELA PADA
FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @VENTELASHOES**



SKRIPSI

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

Oleh:

YOHANA RENI ANGGRAENI

190906984 / kom

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

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yohana Reni Anggraeni

NPM : 190906984

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Konten Instagram @Ventelashoes terhadap Keputusan Pembelian Produk *Brand*

Lokal Ventela pad a Followers Akun Instagram @ventelashoes

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 keserjanaan saya.

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

Yogyakarta, 4 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



Yohana Reni Anggraeni

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS KONTEN INSTAGRAM @VENTELASHOES
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *BRAND* LOKAL VENTELA
PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @VENTELASHOES**

SKRIPSI

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

disusun oleh:

YOHANA RENI ANGGRAENI

190906984

disetujui oleh:



Alexander Beny Pramudvanto, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Konten Instagram @Ventelashoes Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Brand* Lokal Ventela Pada *Followers* Akun Instagram @Ventelashoes

Penyusun : Yohana Reni Anggraeni
NPM : 190906984

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada
Hari / Tanggal : Selasa, 17 Oktober 2023
Pukul : 11:30 WIB
Tempat : Ruang Ujian FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. G. Arum Yudarwati SIP. M.Mktg.Comcn. Ph.D.

Penguji Utama

Alexander Beny Pramudvanto, S.Sos., M.Si.

Penguji I

Meganusa Pravudi Ludvianto, S.I.P., M.Commun.

Penguji II

Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Kedua orang tua yang senantiasa memberikan kasih dan sayangnnya kepada penulis dari kecil hingga sekarang dan selalu mendukung penuh dengan apa yang penulis jalani.

Saudara kandung yang telah memberikan dukungan penuh selama penulis berkuliah di Yogyakarta

Seluruh teman dan orang terdekat penulis yang tetap menemani serta membantu penulis untuk melewati semua proses penyusunan skripsi ini.

“Bersukacitalah senantiasa. Tetaplah berdoa.

Mengucap syukurlah dalam segala hal, sebab itulah yang dikehendaki Allah di dalam Kristus Yesus bagi kamu.”

1 Tesalonika 5:16-18

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan kuasa-Nya seluruh rangkaian proses penelitian tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Konten Instagram @Ventelashoes Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Brand* Lokal Ventela Pada Followers Akun Instagram @Ventelashoes” dapat berjalan dengan lancar hingga selesai dengan baik dan cukup memuaskan.

Dalam menjalani segala proses pembuatan tugas akhir skripsi ini, penulis menyadari betul bahwa tugas akhir skripsi tidak bisa berjalan dengan lancar tanpa adanya bantuan, dorongan, doa dan semangat dari orang-orang luar biasa di sekitar penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih banyak kepada beberapa pihak diantaranya:

1. Kedua orang tua yang tiada hentinya memberikan semangat dan dukungan yang tulus untuk penulis selama proses berlangsungnya tugas akhir skripsi hingga saat ini.
2. Bapak Alexander Beny Pramudyanto, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing penulis yang telah bersabar mendampingi, meluangkan waktu, memberikan saran dan arahan serta mendorong penulis untuk terus mengerjakan tugas akhir selama kurang lebih 1,5 tahun dari awal penulisan hingga terselesaikannya tugas akhir skripsi.
3. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan ilmu serta pengalaman berharga selama kurang lebih empat tahun.
4. Keluarga kecil Kakak Ursula Ani Anisah yang sudah memberikan dukungan serta fasilitas selama penulis berkuliah di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Grup Amin Paling Serius (Febiola, Mela, Elisabeth) teman yang sampai saat ini masih selalu ada, yang selalu menemani, memberikan dukungan dan semangat serta hiburan kepada peneliti yang akhirnya satu persatu bisa lulus secara tepat waktu.
6. Gisella Hana dan Rafael Yoji Nataliano yang selalu siap siaga membantu penulis disaat penulis mengalami kendala dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini.
7. Nera dan Miko selaku kucing kesayangan penulis yang selalu menemani dan menyaksikan penulis selama proses pengerjaan tugas akhir skripsi dari awal penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini.
8. Kurang lebih 100 responden yang telah bersedia membantu untuk meluangkan waktunya dan mengisi kuesioner saya demi kelancaran penelitian saya.

9. Seluruh teman-teman, keluarga, dan semua pihak baik teman kuliah, teman PALAWA, teman diluaran sana yang tidak bisa penulis sebutkan satu satu yang telah memberikan semangat kepada penulis.dalam bentuk apapun.

Yogyakarta, 26 September 2023

Penulis,

Yohana Reni Anggraeni



**PENGARUH KUALITAS KONTEN INSTAGRAM @VENTELASHOES
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *BRAND* LOKAL VENTELA
PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @VENTELASHOES**

ABSTRAK

Di era digital, media sosial menjadi hal yang umum bagi sebagian besar masyarakat. Penggunaan media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai wadah untuk berbisnis. Kualitas konten dalam sebuah media sosial menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan, karena kualitas konten dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin menarik sebuah konten, maka masyarakat akan semakin tertarik dengan perusahaan dan produk tersebut yang akhirnya menciptakan keputusan pembelian. Salah satu *brand* lokal Indonesia yang menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran adalah sepatu dengan merek Ventela yang merupakan sepatu produk asli buatan lokal asal Bandung yang kini sudah dikenal masyarakat luas wilayah Indonesia.

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh kualitas konten Instagram terhadap keputusan pembelian pada *followers* akun Instagram @ventelashoes dengan menggunakan teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden. Dalam penelitian ini, teori AIDA digunakan sebagai instrumen variabel Y yang berfungsi memetakan tahapan perilaku yang dilalui oleh konsumen (*followers*) mulai dari *attention, interest, desire*, hingga akhirnya *action*. Sedangkan untuk kualitas kontennya menggunakan lima indikator diantaranya *educate, inform, connect, entertains, create trustworthiness*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei dengan 100 responden sebagai sampel. Setelah mendapatkan data dari 100 responden, analisis dilakukan oleh penulis dengan menggunakan *SPSS 26* mulai dari tahapan pengujian validitas, reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, hingga uji regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh kualitas konten Instagram @ventelashoes terhadap keputusan pembelian para *followers*-nya.

Hasil penelitian ini, menunjukkan kualitas konten mampu memengaruhi keputusan pembelian pada *followers* akun Instagram @ventelashoes, dimana keputusan pembelian ini merupakan hasil dari tahapan model AIDA, mulai dari *attention* hingga terjadinya *action*. Berdasarkan hasil analisis dan olah data dapat disebutkan bahwa konten Instagram @ventelashoes mampu berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 14% dengan sisa 86% keputusan pembelian disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci: Kualitas Konten, Keputusan Pembelian, Model AIDA, Instagram

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori	10
1. <i>Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response)</i>	10
2. <i>Content Marketing</i>	13
3. Kualitas Konten.....	15
4. Teori AIDA	16
5. <i>Teori New Media (Media Baru)</i>	18
6. Keputusan Pembelian.....	20

F. Kerangka Konsep.....	22
1. Kualitas Konten.....	22
2. Keputusan Pembelian Konsumen.....	24
G. Hubungan Antar Variabel	26
1. Variabel Independen	26
2. Variabel Dependen.....	26
H. Definisi Operasional.....	28
I. Hipotesis	30
J. Metodologi Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian.....	31
2. Metode Penelitian.....	31
3. Populasi dan Sampel	32
4. Lokasi Penelitian	35
5. Teknik Pengumpulan Data.....	35
6. Uji Validitas	37
7. Uji Reliabilitas.....	38
8. Teknik Analisis Data.....	38
9. Uji Asumsi Klasik	39
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	41
A. Sejarah Instagram.....	41
B. Perkembangan Instagram.....	43

1. Perkembangan Logo.....	43
2. Perkembangan Fitur	47
C. Instagram @ventelashoes	51
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Hasil Temuan Data Penelitian	54
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas.....	59
3. Statistika Deskriptif.....	60
4. Uji Normalitas	61
5. Uji Linearitas.....	62
6. Uji Heteroskedastisitas.....	63
7. Analisis Regresi Linear	64
B. Hasil Analisis Data.....	67
BAB IV PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
1. Saran Akademik	77
2. Saran Praktis.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	83
LAMPIRAN 2 DATA KUESIONER.....	89

LAMPIRAN 3 MENTAHAN DATA KUESIONER..... 97

LAMPIRAN 4 DATA SPSS..... 102



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Model Perilaku konsumen Black Box Kotler	12
Tabel 1. 2 Tabel Hubungan Antar Variabel.....	27
Tabel 1. 3 Definisi Operasional	28
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 3. 3 Hasil Statistika Deskriptif.....	60
Tabel 3. 4 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 3. 5 Hasil Uji Linearitas.....	62
Tabel 3. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 3. 7 Hasil Analisis Regresi Linear	64
Tabel 3. 8 Hasil Analisis Regresi Linear	66
Tabel 3. 10 Model Summary Analisis Regresi Linear.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peminat Sepatu Ventela	3
Gambar 1. 2 Pengguna berdasarkan wilayah	3
Gambar 1. 3 Related Queries at Ventela shoes	4
Gambar 1. 4 Give Away pada akun Instagram @ventelashoes	5
Gambar 2. 1 Kevin Systrom dan Mike Krieger Pendiri Instagram.....	41
Gambar 2. 2 Logo Instagram Pertama Kali	44
Gambar 2. 3 Desain Logo Instagram Rise	45
Gambar 2. 4 Logo Instagram 2016-2022.....	46
Gambar 2. 5 Logo Instagram 2022- sekarang.....	46
Gambar 2. 6 Fitur Insta Story	47
Gambar 2. 7 Fitur Instagram Live.....	48
Gambar 2. 8 fitur IGTV	49
Gambar 2. 9 Fitur Instagram Reels	50
Gambar 2. 10 Jumlah pengguna Instagram di Dunia.....	51
Gambar 2. 11 Profile akun Instagram @ventelashoes.....	52
Gambar 2. 12 Postingan pertama @ventelashoes	53
Gambar 3. 1 Persentase Jenis Kelamin Responden	55
Gambar 3. 2 Persentase Usia Responden.....	55
Gambar 3. 3 Persentase Usia Responden.....	56