



**PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PADA
AKUN INSTAGRAM TOKO TAHILALATS**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

UNIV Disusun Oleh: A S
MERCU BUANA
MUHAMMAD IHSAN PERMANA PUTRA
44319010009

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ihsan Permana Putra
NIM : 44319010009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli pada Akun Instagram Toko Tahilalats

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan didalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 13 September 2023



Muhammad Ihsan Permana Putra

HALAMAN PENGESAHAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ihsan Permana Putra
NIM : 44319010009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli pada Akun Instagram Toko Tahilalats

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata I pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Pembimbing I : Dr. S.M Niken Restaty, M.Si 
NIDN : 0319027201
Ketua Penguji : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom 
NIDN : 0316129201
Penguji Ahli : Andi Pajolko Bate, MA T A S 
NIDN : 0503069401

MERCU BUANA

Jakarta, 13 September 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Habibul, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Proposal Tugas Akhir dengan judul “**Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli pada Akun Instagram Toko Tahilalats**” yang merupakan salah satu persyaratan menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan Universitas Mercu Buana. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak Laporan Proposal Tugas Akhir ini tidak dapat selesai tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. S.M Niken Restaty, M.Si selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan, ilmu saran dan perbaikan dalam penyusunan laporan proposal tugas akhir ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Bapak Kurniawan Prasetyo, M.Ikom selaku Ketua Sidang dan Bapak Andi Panjoloji Bate, MA selaku Penguji Tugas Akhir atas koreksi dan arahan serta masukannya.
5. Orangtua penulis yang tiada hentinya memberikan doa, dukungan dan motivasi kepada penulis.
6. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu dalam membantu penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun laporan ini mungkin ditemukan banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran sangat penulis harapkan, seiring harapan semoga laporan ini dapat menjadi sedikit bacaan yang bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Jakarta, 12 September 2023

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Saya sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ihsan Permana Putra
NIM : 44319010009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli pada Akun Instagram Toko Tahilalats

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 September 2023

Yang Menyatakan,



Muhammad Ihsan Permana Putra

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kajian Teoritis	15
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.2 Promosi Digital.....	17
2.2.3 Media Sosial.....	23
2.2.4 Minat Beli.....	26
2.3 Kerangka Penelitian.....	31

BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Paradigma Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian	33
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Definisi dan konsep	37
3.5.1 Definisi Konsep	37
3.5.2 Operasionalisasi Konsep	38
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.6.1 <i>Outer Model Analysis</i>	43
3.6.2 <i>Inner Model Analysis</i>	44
3.6.3 Uji Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Karakteristik Data Responden	53
4.2.2 Deskripsi Variabel X (Promosi)	56
4.2.3 Deskripsi Variabel Y (Minat Beli)	62
4.3 <i>Outer Model Analysis</i> dalam SmartPLS	65
4.3.1 Uji Validitas	66
4.3.2 Uji Reliabilitas	67
4.4 Uji <i>Inner Model Analysis</i> dalam SmartPLS	69
4.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.5 Uji Hipotesis	70

4.6	Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran	75
5.2.1	Saran Akademis.....	75
5.2.2	Saran Praktis.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....		76
LAMPIRAN		78
	Lampiran 1 Objek Penelitian	78
	Lampiran 2 Foto salah satu <i>followers</i> pada Toko Tahilalats.....	79
	Lampiran 3 Kuesioner Pertanyaan terhadap Responden.....	80
	Lampiran 4 Penggunaan pengolahan data pada SmartPLS.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.5.2 Operasionalisasi Konsep.....	38
Tabel 3.6 Skala Likert.....	42
Tabel 4.2.1.1 Data Usia.....	53
Tabel 4.2.1.2 Data Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2.1.3 Data Pekerjaan.....	54
Tabel 4.2.1.4 Data Operating System.....	55
Tabel 4.2.1.5 Data Kategori Barang.....	55
Tabel 4.2.1.6 Data Pengeluaran per-bulan.....	55
Tabel 4.2.1.7 Data Preferensi Pembayaran.....	56
Tabel 4.2.2.1 Variabel Frekuensi Promosi.....	57
Tabel 4.2.2.2 Variabel Kualitas Promosi.....	58
Tabel 4.2.2.3 Variabel Kuantitas Promosi.....	59
Tabel 4.2.2.4 Variabel Ketepatan Sasaran.....	60
Tabel 4.2.2.5 Variabel Waktu Promosi.....	61
Tabel 4.2.3.1 Variabel Minat Transaksional.....	62
Tabel 4.2.3.2 Variabel Minat Referensial.....	63
Tabel 4.2.3.3 Variabel Minat Preferensial.....	64
Tabel 4.2.3.4 Variabel Minat Eksploratif.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Aplikasi Terpopuler di Indonesia	3
Gambar 1.3 Most Used Social Media Platforms	3
Gambar 1.4 IG Toko Tahilalats.....	5
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian.....	31
Gambar 3.3.1 Populasi Toko Tahilalats.....	34
Gambar 4.1.1 Logo Instagram.....	46
Gambar 4.1.2 Akun Instagram Toko Tahilalats	47
Gambar 4.1.3 Instastory Instagram Toko Tahilalats.....	48
Gambar 4.1.4 Highlight Instagram Toko Tahilalats	50
Gambar 4.1.5 Highlight Instagram Toko Tahilalats	51
Gambar 4.1.6 Feeds Instagram Toko Tahilalats.....	52
Gambar 4.1.7 Tagged Instagram Toko Tahilalats	52
Gambar 4.3 Path Model Hubungan Variabel X dan Variabel Y	66
Gambar 4.3.2.1 Cronbach's Alpha.....	67
Gambar 4.3.2.2 Composite Reliability	68
Gambar 4.4.1 Nilai R ²	69
Gambar 4.5 Nilai Uji Hipotesis	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Objek Penelitian	78
Lampiran 2 Foto salah satu <i>followers</i> pada Toko Tahilalats.....	79
Lampiran 3 Kuesioner Pertanyaan terhadap Responden	80
Lampiran 4 Penggunaan pengolahan data pada SmartPLS.....	90

