

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM
TERHADAP *BUYING DECISION***

ANDIKA REDI AJI PAMUNGKAS

2015050479

Skripsi Program Sarjana Manajemen Bisnis (SMB)

Angkatan 11



PPM SCHOOL OF MANAGEMENT

JAKARTA

2019

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Andika Redi Aji Pamungkas

NIM : 2015050479

Program Studi : Manajemen Bisnis

Judul Skripsi :

"Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram Terhadap *Buying Decision*" yang telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Sarjana Manajemen Bisnis Sekolah Tinggi Manajemen PPM

Disetujui oleh :

DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama : Anggun Pesona, S.Psi., M.M

Pembimbing Kedua :

Tim Penguji :

:

Diketahui oleh :

Ketua Program Studi
Sarjana Manajemen Bisnis

Ketua Sekolah Tinggi Manajemen
PPM

Dr. Eva H Saragih, M.A.

Dr. Ningky Sasanti Munir, M. B. A.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal :

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya nyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

"Analisis Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Buying Decision"

adalah benar hasil karya saya sendiri yang belum pernah dipublikasikan. Semua sumber data dan informasi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini telah dinyatakan dengan jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Bila di kemudian hari ditemukan fakta yang berbeda dengan pernyataan di atas maka saya bersedia menerima sanksi yang ditetapkan oleh Sekolah Tinggi Manajemen PPM (pencabutan gelar).

Jakarta, 2019

Andika Redi Aji Pamungkas
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andika Redi Aji Pamungkas

NPM : 2015050479

Program Studi : Sarjana Manajemen Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Manajemen PPM, **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram Terhadap *Buying Decision*"

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Manajemen PPM berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di :

Pada tanggal :

Yang menyatakan

(Andika Redi Aji Pamungkas)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena rahmat-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah syarat kelulusan studi S1 di Sekolah Tinggi Manajemen PPM dengan judul "**Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram Terhadap *Buying Decision***". Skripsi ini dapat terselesaikan tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu selaku penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Orang tua & Kakak penulis yang telah membantu secara moril dan materil selama penulis menyelesaikan skripsi ini
2. Ibu Dr. Eva H Saragih, M.A. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Bisnis yang telah memberi arahan kepada penulis agar sesegera mungkin menyelesaikan proposal skripsi
3. Ibu Anggun Pesona, S.Psi., M.M selaku dosen pembimbing yang membantu mengarahkan, memberikan masukan kepada penulis dari penentuan topik hingga skripsi ini selesai
4. Bapak & Ibu Dosen Sekolah Tinggi Manajemen PPM yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas ilmu, bimbingan, nasehat dan pengalaman yang diberikan baik akademis dan non-akademis
5. Rekan-rekan mahasiswa/i SMB 11 & SAB 6 yang saling membantu selama perkuliahan berlangsung hingga penyusunan skripsi

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini, baik dari segi materi ataupun penyajian. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.

Jakarta, 2019

Andika Redi Aji Pamungkas

ABSTRAK

Saat ini, perkembangan festival musik di ibukota semakin diminati oleh berbagai macam kalangan. Konser musik banyak diminati oleh masyarakat khususnya di ibukota karena menyuguhkan berbagai musisi-musisi dengan skala nasional maupun internasional. WIDELANES merupakan salah satu promotor di Indonesia yang memanfaatkan festival musik sebagai target potensialnya, khususnya bagi para penggemar musik di kalangan tertentu. WIDELANES mengandalkan *social media* Instagram untuk mempublikasikan acaranya dan meningkatkan target penjualan tiket mereka. Penelitian ini menganalisis tentang pengaruh *Social Media Marketing* Instagram terhadap *Buying Decision* dari penjualan tiket acara musik WIDELANES Music & Arts Festival 2018. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain deskriptif dan dengan populasi masyarakat yang terdata telah membeli tiket pada *event* WIDELANES Music & Arts Festival 2018. Sampel yang digunakan adalah pembeli tiket yang merupakan *followers* Instagram WIDELANES dan yang membeli tiket melalui Instagram WIDELANES. Data diperoleh dari survei dengan instrumen penelitian berupa kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *Social Media Marketing* Instagram terhadap *Buying Decision* WIDELANES adalah 49,3%. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, variabel *Context* dan *Communication* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Buying Decision*, sedangkan variabel *Collaboration* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Buying Decision*.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, *Buying Decision*, WIDELANES.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	6
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR GAMBAR	8
DAFTAR TABEL.....	9

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Promotor Musik di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Persentase Pengguna Aktif Internet di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Jumlah <i>Followers</i> di Teraktif di Indonesia.....	5
Gambar 2.1. Persentase Media Sosial Teraktif di Indonesia.....	10
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 4.1 Logo WIDELANES.....	34
Gambar 4.2 Struktur Organisasi WIDELANES.....	36
Gambar 4.3 <i>Feed</i> Instagram WIDELANES.....	37
Gambar 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Gambar 5.2 Responden Berdasarkan Usia.....	42
Gambar 5.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Gambar 5.4 Hasil Uji Normalitas.....	48
Gambar 5.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Studi Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 <i>Table for Determining Sample Size from a Given Population</i>	25
Tabel 3.2 Variabel <i>Independent</i>	28
Tabel 3.3 Variabel <i>Dependent</i>	29
Tabel 3.4 Tabel Tingkat Bobot.....	30
Tabel 3.5 Tingkat Keandalan <i>Cronbach's Alpha</i>	31
Tabel 5.1 Hasil <i>Preliminary Test</i>	38
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas.....	40
Tabel 5.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Context</i>	45
Tabel 5.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Communication</i>	46
Tabel 5.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Collaboration</i>	47
Tabel 5.6 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	49
Tabel 5.7 Hasil Uji Glejser.....	51
Tabel 5.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 5.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 5.10 Hasil Uji F.....	53
Tabel 5.11 Hasil Uji R.....	53
Tabel 5.12 Hasil Uji t.....	54