

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM
@KOPIKENANGAN.ID TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

SEPTIANA ANGGRAENI

1702519010



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan
gelar Ahli Madya Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2023

**THE INFLUENCE OF *SOCIAL MEDIA MARKETING*
INSTAGRAM @KOPIKENANGAN.ID ON *PURCHASE*
*DECISIONS***

SEPTIANA ANGGRAENI

1702519010



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**This Scientific Paper was arranged to meet one-degree requirements of Associate
Expert in the Faculty of Economics, Jakarta State University.**

MARKETING MANAGEMENT DIII STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

JAKARTA STATE UNIVERSITY

2023

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Septiana Anggraeni
NIM : 1702519010
Fakultas/Prodi : Ekonomi/ D3 Manajemen Pemasaran
Alamat email : septiana.gray17@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (KARYA ILMIAH)

yang berjudul :
PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM @KOPIKENANGAN.ID
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Agustus 2023
Penulis

(Septiana Anggraeni)

ABSTRAK

Septiana Anggraeni. 2023. 1702519010. Pengaruh Social media marketing melalui Instagram @kopikenangan.id Terhadap Keputusan Pembelian. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya Ilmiah ini bertujuan untuk: 1) gambaran media sosial sebagai alat *social media marketing* yang dilakukan Kopi Kenangan di media sosial Instagram 2) gambaran pengaruh *social media marketing* Instagram terhadap keputusan pembelian Kopi Kenangan. Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Sampel yang diambil sebanyak 135 Responden yang merupakan pengguna aktif Instagram yang mengetahui akun Instagram @kopikenangan.id yang berada di wilayah Jakarta, responden minimal berusia 17 tahun, dan pernah melakukan pembelian minimal satu kali dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS v.25 untuk mengelola data penelitian.

Kata Kunci: *Social media marketing*, Keputusan pembelian, @kopikenangan.id

ABSTRACT

Septiana Anggraeni. 2023. 1702519010. The Influence of Social media marketing Instagram @kopikenangan.id on Purchase Decision. Marketing Management Study Program DIII. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This scientific paper aims to: 1) overview of social media as a social media marketing tool carried out by Kopi Kenangan on Instagram social media. 2) overview the influence of social media marketing through Instagram on the Purchase Decision of Kopi Kenangan. The data collection method in this study was by distributing questionnaires online. The sample taken was 135 respondents who are active Instagram users who know the Instagram account @kopikenangan.id which is located in the Jakarta area, respondents are at least 17 years old, and have made a purchase at least once in the last three months. The data analysis method uses descriptive analysis and simple linear regression analysis by using SPSS v. 25 to manage research data.

Keywords: Social media marketing, Purchasing decisions, @kopikenangan.id.

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KARYA ILMIAH

Lembar Persetujuan Proposal Karya Ilmiah

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SEMINAR PROPOSAL KARYA ILMIAH	
Mengetahui,	
Koordinator Program Studi Manajemen Pemasaran	Pembimbing
	
Dra. Sholikhah, M.M NIP 196206231990032001	Dra. Sholikhah, M.M NIP 196206231990032001
Nama : Septiana Anggraeni No. Registrasi : 1702519010 Program Studi : D III Manajemen Pemasaran	

*Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkai Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru*



LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, Ph.D
NIP. 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhamad Sadat, SE, M.Si., Ph.D NIP. 197412021200812001 (Ketua)		<u>29 Agustus 2023</u>
2	Dewi Agustin Pratama Sari, SE., MSM NIP. 199308272020122024 (Penguji Ahli)		<u>29 Agustus 2023</u>
3	Dra. Sholikhah, M.M NIP. 196206231990032001 (Pembimbing)		<u>30 Agustus 2023</u>

Nama : Septiana Anggraeni
No. Registrasi : 1702519010
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 29 Agustus 2023

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Septiana Anggraeni
NIM : 1702519010
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Tahun : 2019

Dengan ini saya menyatakan bahwa isi karya ilmiah dengan judul "**Pengaruh Social Media Marketing Instagram @kopikenangan.id terhadap Keputusan Pembelian**" ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiarisme ataupun mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya saya ini, atau ada klaimi terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 21 Juli 2023

Yang Menyatakan



Septiana Anggraeni

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah swt atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini yang berjudul Pengaruh *Social media marketing* Instagram @kopikenangan.id terhadap Keputusan Pembelian. Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Ahli Madya pada program studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam rangka menyelesaikan Karya Ilmiah ini penulis mendapatkan dukungan serta saran dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Sholikhah, M.M, selaku dosen pembimbing dan Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Prof, Usep Suhud, M.si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dosen-dosen Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis menjadi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Teman-teman D3 Manajemen Pemasaran Angkatan 2019 yang telah memberikan dukungan penuh selama penulis melakukan pengerjaan Karya Ilmiah ini.
5. Keluarga penulis, kerabat dekat serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang senantiasa memberikan doa, dukungan dan semangat untuk menyelesaikan Karya Ilmiah ini.
6. Dukungan dari pasangan yang selalu memberikan semangat dan membantu penulis yaitu Siswanto Wardoyo.
7. Para responden yang sudah menyediakan waktunya untuk mengisi Kuesioner Penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Karya Ilmiah ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik serta saran untuk Karya Ilmiah ini. Semoga dengan adanya Karya Ilmiah ini bisa menjadikan manfaat bagi pembaca yang terfokuskan pada bidang pemasaran.

Jakarta, Juli 2023

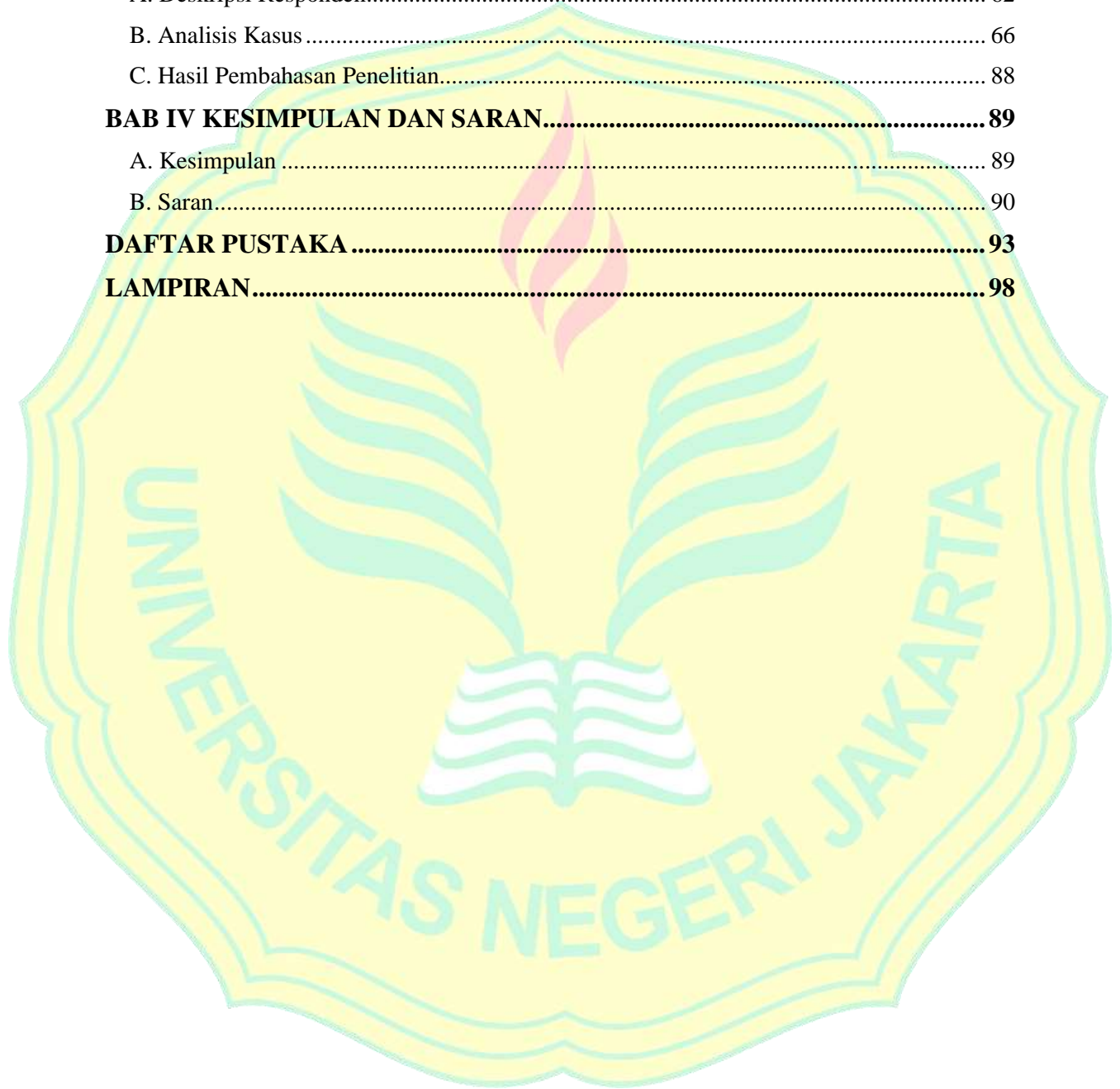


Septiana Anggraeni

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SURAT PERSETUJUAN SIDANG KARYA ILMIAH	iv
LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH	v
LEMBAR ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	23
C. Tujuan dan Manfaat Penulisan	23
1. Tujuan Penulisan	23
2. Manfaat Penulisan	23
BAB II KAJIAN TEORITIS DAN METODOLOGI PENELITIAN	25
A. Kajian Teoritis	25
1. Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	25
2. <i>Social media marketing</i> (Variabel X).....	33
3. Hubungan <i>Social media marketing</i> dengan Keputusan Pembelian	38
B. Kerangka Berpikir	46
1. Kerangka Berpikir	46
2. Hipotesis Penelitian	47
C. Metodologi Penelitian	48
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	48

2. Metode Penelitian	48
BAB III PEMBAHASAN	62
A. Deskripsi Responden.....	62
B. Analisis Kasus	66
C. Hasil Pembahasan Penelitian.....	88
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN.....	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Kedai Kopi di Indonesia 2023.	2
Gambar 1. 2 Volume Penjualan Kopi Siap Minum (2015-2022)	4
Gambar 1. 3 Data Pencapaian penjualan Kopi Kenangan (2020-2022)	5
Gambar 1. 4 Logo Kopi Kenangan	6
Gambar 1. 5 Konsep take away Kedai Kopi Kenangan	7
Gambar 1. 6 Tampilan Pesan di Aplikasi Kopi Kenangan	8
Gambar 1. 7 Kedai Kopi Terfavorit	9
Gambar 1. 8 Platform Social Media Yang Banyak Digunakan di Indonesia.....	11
Gambar 1. 9 Akun Instagram Kopi Kenangan.....	15
Gambar 1. 10 Grafik Pengikut Instagram Kopi Kenangan	16
Gambar 1. 11 Konten Instagram Kopi Kenangan	17
Gambar 1. 12 Tampilan Highlight Instagram Kopi Kenangan	18
Gambar 1. 13 Review Kopi Kenangan	19
Gambar 1. 14 Kolaborasi Kopi Kenangan x Outside	20
Gambar 1. 15 Challenge Kopi Kenangan	21
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	47
Gambar 2. 2 Jumlah Outlet Kopi Kenangan (Jabodetabek).....	50
Gambar 3. 1 Hasil Uji Normalitas P-Plot	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index 2020 - 2022.....	3
Tabel 1. 2 Media Sosial Kopi Kenangan	12
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	43
Tabel 2. 2 Operasionalisasi Variabel	52
Tabel 2. 3 Kategori Bobot Pengukuran Data	55
Tabel 2. 4 Skala Kuesioner Penelitian	56
Tabel 2. 5 Kriteria Penilaian Kuesioner.....	58
Tabel 3. 1 Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 3. 2 Data Usia Responden	63
Tabel 3. 3 Data Pekerjaan Responden.....	64
Tabel 3. 4 Data Domisili Responden	65
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 3. 7 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Social media marketing	70
Tabel 3. 8 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	75
Tabel 3. 9 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	82
Tabel 3. 10 Hasil Uji Linearitas	83
Tabel 3. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
Tabel 3. 12 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	85
Tabel 3. 13 Analisis Regresi Linear Sederhana	86
Tabel 3. 14 Hasil Uji Hipotesis (t)	86
Tabel 3. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	98
Lampiran 2 Tabel Hasil Kuesioner	107
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	110
Lampiran 4 Hasil Uji Realibilitas	112
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas.....	112
Lampiran 6 Hasil Uji Linearitas.....	113
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas	113
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	114
Lampiran 9 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	114
Lampiran 10 Hasil Uji t	115
Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	115

