

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN
TESTIMONI TERHADAP MINAT BELI
PRODUK LEMONILO
(STUDI KASUS KONSUMEN LEMONILO KOTA TANGERANG)**

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen



FARAH CHAIRINISA

NIM : 2018111020004

**INSTITUT TEKNOLOGI DAN
BISNIS AHMAD DAHLAN
JAKARTA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Farah Chairinisa
NIM : 2018.111.0200.04
Jurusan : Manajemen
Bidang/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram dan Testimoni terhadap minat beli (Studi kasus pada Konsumen Lemonilo di kota Tangerang)

Telah diujikan pada tanggal 27 Agustus 2022

Pembimbing Skripsi



(Tito Siswanto, S.E.,M.M)

NIDN: 305108704

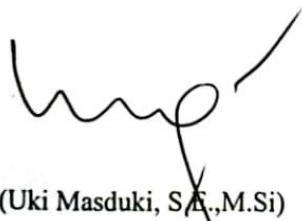
Penguji Skripsi



(Yayat Sujatna, S.E.,M.Si)

NIDN: 0329067601

Ketua Prodi
Studi Manajemen



(Uki Masduki, S.E.,M.Si)

NIDN: 0314068301

Wakil Rektor I
Bidang Akademik



(Sutia Budi, S.E.,M.Si.)

NIDN: 009057901

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dengan arahan pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun terhadap perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang telah diterbitkan maupun yang tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dan dicantumkan dalam daftar pustaka dibagian akhir skripsi ini. Saya bersedia menerima sanksi sesuai aturan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jakarta, 06 Agustus 2022



The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow rectangular stamp. The stamp contains the text 'SERULU BUKU KUPAH' vertically on the left, a Garuda emblem in the center, and the alphanumeric code 'D5A6EAKX089127294' at the bottom. The signature is written across the stamp and extends to the right.

2018.111.0200.04

KATA PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Allah SWT, dan atas dukungan Doa dari orang – orang tercinta serta tidak lupa saya haturkan rasa syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas karunia serta kemudahan yang engkau berikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Dengan ini penulis mengucapkan terima kasih dan mempersembahkan karya ini teruntuk:

- ❖ Teruntuk Mamah Virna Dessiani dan Bapak Harsono yang paling saya sayangi dan cintai, terimakasih atas segala doa, pengorbanan, nasihat serta bimbingan dan dukungan yang selalu membuat semangat untuk penulis menyelesaikan penelitian ini.
- ❖ Terimakasih Teruntuk untuk kaka saya tercinta Gita Mirchandani dan seluruh keluarga besar Aki Zibril yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas dukungan dan doa nya.
- ❖ Teruntuk ketiga teman saya “Afifah Nabilah, Roji Kala, Andika eka Putra” yang selalu menyempatkan hadir disegala hal penting selama saya menyelesaikan penelitian ini.
- ❖ Terimakasih banyak untuk kekasih saya Muhammad Sultani yang selalu bersedia memberikan dukungan dalam hal apapun.
- ❖ Teruntuk sahabat Perkuliahan saya, “Untsa , Khazizah , Maidah ,Ka Ulfah Astary dan Juga Sherly” terimakasih atas dukungan, doa, dan semangat yang selalu kalian berikan.
- ❖ Bapak Tito Siswanto SE,.MM selaku dosen pembimbing dan Bapak Yayat Sujatna SE,MM selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan kepada penulis sehingga karya ini dapat terselesaikan.

- ❖ Terima Kasih Untuk Supervisor MT PT.GODREJ DISTRIBUSI INDONESIA Pak Lukman yang telah memberikan dukungan dan pengertian terhadap si peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini
- ❖ Terima Kasih Untuk DSM MT MT PT.GODREJ DISTRIBUSI INDONESIA Pak Rifki Julio yang telah memberikan dukungan dan pengertian dan memberikan kesempatan waktu terhadap si peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini
- ❖ Teruntuk Rekan Kerja satu team saya Bang Farid , Acang Hasan , Bang Marwan , emak rohayati , Mba Tutut , Mas Nanang , Paman Lodi , Bang rian, Mas Eka, bang jek dan Mba Nani yang telah memberikan dukungan , support dan hiburan sehingga peneliti memiliki semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Terima Kasih kepada Rekan MD/SALES/SPG area jakbar bang aidil, ka erna, ka nining, kak siti syarah, bang apit dan bang jimmy telah memberikan dukungan dan doa nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Terimakasih Teruntuk Bang Ayi Muhyidin SE.,MM dan Kak Aldy Irawan yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Terima kasih untuk seluruh teman teman Manajemen A Reguler pagi yang telah menemani perjalanan kuliah sehingga peneliti bisa sampai tahap akhir ini.
- ❖ Seluruh Civitas Akademika ITB Ahmad Dahlan Jakarta yang telah mensupport dan memotivasi.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, Penelitian yang merupakan tugas akhir dari program studi manajemen ITB Ahmad Dahlan Jakarta telah selesai. Judul yang dipilih dalam skripsi ini adalah sesuai dengan konsentrasi yang penulis ambil, yaitu tentang manajemen pemasaran atas selesainya skripsi ini saya mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam penelitian ini.
2. Bapak Tito Siswanto S.E.,M.M selaku Kaprodi Manajemen yang selalu memberikan ilmu serta motivasi.
3. Dosen Penguji Bapak Yayat Sujatna, S.E.,M.SI
4. Dosen Pembimbing Bapak Tito siswanto S.E.,M.M serta seluruh dosen ITB Ahmad Dahlan Jakarta. Terimakasih atas ilmu serta motivasi yang diberikan.

Terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat dan membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam pelaksanaan dan penyusunan penelitian skripsi yang tidak dapat disebutkan namanya satupersatu.

Akhir kata penulis berharap semoga karya ini dapat mendatangkan manfaat bagi saya dimasa depan, bagi peneliti selanjutnya dan khususnya bagi mahasiswa ITB Ahmad Dahlan Jakarta.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 27 Agustus 2022

Penulis

(Farah Chairinisa)

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA , KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.2 Minat Beli.....	10
2.2.1 Pengertian Minat Beli.....	10
2.2.2 Indikator Minat Beli	11
2.2.3 Aspek Aspek Minat Membeli	11
2.3 Media Sosial	12
2.3.1 Pengertian Media Sosial.....	12
2.3.2 Jenis jenis Media Sosial	12
2.3.3 Indikator Pemasaran media social.....	16
2.3.4 Jenis Jenis Media sosial.....	17
2.4 Instagram sebagai media sosial	18
2.5 Testimoni.....	19
2.5.1 Pengertian Testimoni.....	19
2.5.2 Dimensi Testimonial	20
2.6 Indikator Testimonial	21
2.7 Penelitian Terdahulu.....	21

2.8 Kerangka Pemikiran	24
-------------------------------------	-----------

2.7 Hipotesis Penelitian	25
---------------------------------------	-----------

BAB III METODE PENELITIAN

3.2 Desain Penelitian.....	26
----------------------------	----

3.3 Objek dan Waktu Penelitian.....	26
-------------------------------------	----

3.4 Desain Penelitian.....	27
----------------------------	----

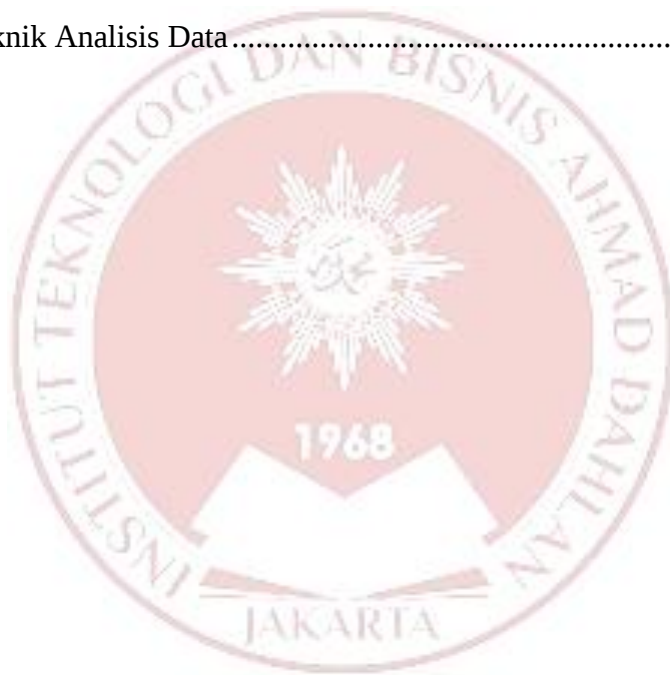
3.5 Variabel Penelitian	28
-------------------------------	----

3.6 Operasionalisasi Variabel.....	28
------------------------------------	----

3.7 Teknik Pengumpulan Data	30
-----------------------------------	----

3.8 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
------------------------------------	----

3.9 Teknik Analisis Data.....	32
-------------------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu...	22
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3. 3 Skala Likert... ..	30
Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Responden Indikator context... ..	39
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Indikator communication... ..	40
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Indikator Collaboration... ..	41
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Indikator Connection... ..	42
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Indikator Daya Tarik... ..	43
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Indikator Spontanitas	44
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Indikator Kredibilitas	45
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Indikator Minat Transaksional	47
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Indikator Minat Refrensial.....	48
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Indikator Minat Preferensial... ..	48
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Indikator Minat Eksploratif.....	49
Tabel 4.12 Loading Faktor Model Pertama Media sosial	51
Tabel 4.13 Loading Faktor Model Pertama Testimoni	52
Tabel 4.14 Loading Faktor Model Pertama Minat Beli	53
Tabel 4.15 Hasil Discriminant Validity tahap pertama.....	55
Tabel 4.16 Latent Variable Correlation	56
Tabel 4.17 Hasil Average Variance Exctrated Tahap pertama	57
Tabel 4.18 Hasil Construct Realibility & Validity Tahap Pertama.....	57
Tabel 4.19 Loading Faktor Model Kedua Media Sosial	58
Tabel 4.20 Loading Faktor Model Kedua Testimoni.....	60
Tabel 4.21 Loading Faktor Model Kedua Minat Beli.....	61
Tabel 4.22 Hasil Disciminant Validity tahap Akhir.....	62
Tabel 4.23 Hasil Latent variabel Tahap Akhir	63
Tabel 4.24 Hasil Average Variance Extracted Tahap Akhir	64
Tabel 4.25 Hasil Construct Reability dan Validity Tahap Akhir	64
Tabel 4.26 Path Coefisien	65
Tabel 4.27 Uji Hipotesis.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar.3.1 Lokasi Penelitian.....	26
Gambar 3.2. Prosedural Penelitian Menggunakan SEM PLS.....	35
Gambar 3.3 Diagram Jalur.....	36
Gambar 4.1 Diagram Responden berdasarkan Jenis Kelamin	37
Gambar 4.2 Diagram Responden berdasarkan Usia	37
Gambar 4.3 Diagram Responden berdasarkan Pekerjaan	38
Gambar 4.4 Outer Model Fit Pengujian Pertama.....	55
Gambar 4.5 Outer Model Fit Pengujian Kedua	62
Gambar 4.6 Model Path Coefisien and p value.....	66
Gambar 4.7 R Square	68

