

**PENGARUH TERPAAN MEDIA INSTAGRAM
@BLIBLISTORE.GALAXYMALL TERHADAP MINAT
PEMBELIAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

ILHAM RISKY PRATAMA
NPM : 1151700262

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PENGARUH TERPAAN MEDIA INSTAGRAM
@BLIBLISTORE.GALAXYMALL TERHADAP MINAT
PEMBELIAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

ILHAM RISKY PRATAMA

NPM : 1151700262

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ilham Risky Pratama
NBI : 1151700262
Judul : Pengaruh Terpaan Media Instagram
@bliblistore.galaxymall Terhadap Minat Pembelian

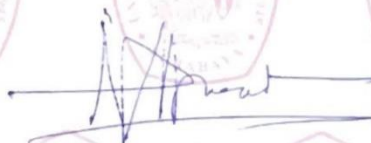
Surabaya, 08 Januari 2024

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103



Prof. Dr. Arief Darmawan, SU
NPP. 201109215

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 08 Januari 2024.

Dewan Penguji:


1. Prof. Dr. Arief Darmawan, SU
Ketua

2. Drs. Widiyatmo Ekoputro, MA
Anggota 1

3. Drs. Jupriono, M.SI
Anggota 2

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P
NPP 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : **ILHAM RISKY PRATAMA**

NPM : 1151700262

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : **Pengaruh terpaan media instagram @bliblistore.galaxymall terhadap minat pembelian**

Menyatakan

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri serta atas bimbingan dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah di publikasikan dan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut, akan mencatumkan sumber dan mencatumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila dikemudian hari ternyata Skripsi saya terbuka sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencatumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh – sungguh dan atas kesadaran yang sedasar – sadarnya.

Surabaya, 08 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



ILHAM RISKY PRATAMA



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ilham Risky Pratama
NBI/NPM : 1151700262
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

Pengaruh

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 08 Januari 2024

Yang menyatakan,



*Coret yang tidak perlu

(.....Ilham Risky Pratama)

ABSTRACT

The development of communication technology has given birth to the social media phenomenon which continues to experience rapid evolution. Social media has become a very relevant tool in developing and strengthening marketing strategies. Instagram has become one of the leading social media platforms in Indonesia. One of the cellphone buying and selling businesses in Surabaya that uses Instagram as a digital marketing communication medium is @blistore.galaxymall. The importance of purchase intention in the context of social media, especially Instagram, arouses research interest. This prompted the author to investigate "The Effect of Instagram Media Exposure @blistore.galaxymall on Purchase Interest." This research aims to understand the impact of exposure to Instagram media @blistore.galaxymall on purchasing interest. The main objective is to explore the extent to which exposure to social media influences consumer interest in making purchases.

The method used in this research is a quantitative method. The type of research used is causal research. The sampling technique was carried out using the Purposive Sampling method. The sample population is 70 consumer respondents @blistore.galaxymall. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires online via Google Form. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis.

The results of this research conclude that exposure to social media Instagram @blistore.galaxymall has a significant positive influence on customer purchase interest. The existence of a positive relationship between these two variables indicates that increasing customer exposure or interaction with content from the Instagram account will result in an increase in their purchasing interest. This conclusion illustrates how important the role of social media is in influencing consumer shopping behavior.

Keywords: *Social Media Exposure Instagram, Customer Purchase Interest, Consumer Behavior*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi komunikasi telah melahirkan fenomena media sosial yang terus mengalami evolusi pesat. Media sosial menjadi sarana yang sangat relevan dalam mengembangkan dan memperkuat strategi pemasaran. Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial terkemuka di Indonesia. Salah satu usaha jual beli hp di Surabaya yang memanfaatkan instgram sebagai media komunikasi pemasaran digital yaitu @blistore.galaxymall. Pentingnya minat beli dalam konteks sosial media, terutama Instagram, menggugah minat penelitian. Hal ini mendorong penulis untuk menyelidiki "Pengaruh Terpaan Media Instagram @blistore.galaxymall Terhadap Minat Pembelian." Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak Terpaan Media Instagram @blistore.galaxymall terhadap Minat Pembelian. Tujuan utamanya adalah menggali sejauh mana pengaruh eksposur terhadap media sosial ini memengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal. Teknik penentuan sampel dilakukan dengan metode *Purposive Sampling*. Populasi sampel adalah 70 responden konsumen @blistore.galaxymall. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara online melalui Google Form. Teknik analisis data menggunakan Analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terpaan media sosial instagram @blistore.galaxymall memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Pembelian Pelanggan. Adanya arah hubungan yang positif antara kedua variabel tersebut mengindikasikan bahwa semakin meningkatnya eksposur atau interaksi pelanggan dengan konten dari akun Instagram tersebut akan mengakibatkan peningkatan Minat Pembelian mereka. Kesimpulan ini menggambarkan betapa pentingnya peran media sosial dalam memengaruhi perilaku belanja konsumen.

Kata Kunci : Terpaan Media Sosial Instagram, Minat Pembelian Pelanggan, Prilaku Konsumen

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan YME, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Terpaan Media Instagram @blistore.Galaxymall Terhadap Minat Pembelian”** yang merupakan tugas akhir sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan Program Studi Sarjana (Strata-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kebijaksanaannya untuk memberikan kesempatan dan fasilitas guna penulisan proposal skripsi ini.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, MP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, atas kebijaksanaannya untuk memberikan kesempatan dan fasilitas guna penulisan proposal skripsi ini.
3. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I. Kom., M.Med.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, atas kebijaksanaannya untuk memberikan kesempatan dan fasilitas guna penulisan proposal skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Arief Darmawan, SU dan Bapak Novan Andrianto, S.I.Kom., M.I.Kom. Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan motivasi - motivasinya guna penyelesaian proposal skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmunya sehingga bisa terselesaikannya proposal skripsi ini.
6. Kedua Orang tua, Istri serta seluruh keluarga tercinta yang telah memberi semangat sehingga proposal skripsi ini bisa selesai.
7. Semua teman - teman kuliah yang tidak saya sebutkan satu per satu.

Tentunya dalam penyusunan proposal skripsi ini masih terdapat adanya kekurangan dan kelemahan yang mungkin terjadi. Hal ini pun sudah merupakan usaha maksimal yang saya lakukan dan mengingat keterbatasan kemampuan yang saya miliki. Namun ini tidak berarti bahwa saya menutup segala kemungkinan tentang adanya saran-saran demi adanya perbaikan dan kesempurnaan dari rekan pembaca. Dan akhirnya saya berharap semoga skripsi ini memberi manfaat bagi kita semua.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.1.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.1.2 Critical Review	12
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Tradisi Komunikasi Sosiopsikologis.....	14
2.2.2 Pemasaran Digital	15
2.2.3 Instagram	15
2.2.4 Terpaan Media	16
2.2.5 Minat Pembelian	16
2.3 Kerangka Konsep	16
2.4 Hipotesis.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Pendekatan Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian	19

3.3 Populasi dan Sampel.....	19
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Variabel	20
3.4.1 Definisi Konsep	20
3.4.2 Operasional Variabel.....	20
3.5 Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	21
3.5.1 Skala Pengukuran.....	21
3.5.2 Uji Instrumen (Kuesioner)	21
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.8 Uji Asumsi Klasik	22
3.9 Teknik Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Gambaran Umum Biblistore	25
4.2 Hasil Olah Data dan Pembahasan	26
4.2.1 Karakteristik Responden	26
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	27
4.3 Pengujian Keabsahan Dan Keandalan Perangkat Penelitian	31
4.3.1 Pengujian Keabsahan	31
4.3.2 Pengujian Keandalan.....	32
4.4 Penyajian Data dan Analisis	33
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	33
4.4.2 Regresi Linier Sederhana	38
4.4.3 Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (r^2)	40
4.4.4 Pengujian Hipotesis.....	41
4.5 Pembahasan	45
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 4. 1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	26
Tabel 4. 2 Deskripsi Usia Responden	26
Tabel 4. 3 Interval Kelas.....	28
Tabel 4. 4 Hasil Pernyataan Responden Terhadap Variabel Terpaan Media Sosial Instagram @bliblistore.galaxymall (X)	29
Tabel 4. 5 Uji Validitas	31
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	32
Tabel 4. 7 Uji Normalitas	34
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinieritas	36
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	37
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	39
Tabel 4. 11 Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi	40
Tabel 4. 12 Hasil Uji t.....	42
Tabel 4. 13 Hasil Perhitungan Uji F	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media Sosial Yang Paling Sering Dipakai Warganet Indonesia Sepanjang 2022	3
Gambar 1. 2 Konten Instagram @biliblistore.galaxymall	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konsep	17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner	58
Lampiran 2 : Data Penelitian	60
Lampiran 3 : Statistik Deskriptif	63
Lampiran 4 : Uji Validitas	66
Lampiran 5 : Uji Reabilitas	67
Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik.....	68
Lampiran 7 : Regresi Linier Sederhana	69