

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN MELALUI INSTAGRAM
DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA LUAR GARIS COFFEE**

SKRIPSI



Oleh :

Fadly Dwi Hermawan

190910278

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2024**

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN MELALUI INSTAGRAM
DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA LUAR GARIS
COFFEE**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh :

Fadly Dwi Hermawan

190910278

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Fadly Dwi Hermawan
NPM : 190910278
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul :

“Pengaruh Daya Tarik Iklan Melalui Instagram Dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Luar Garis Coffee” adalah karya saya dan bukan merupakan reproduksi karya orang lain. Sepanjang pengetahuan saya, tidak ada artikel atau percobaan ilmiah yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain selama penulisan esai ini, kecuali yang ditulis dengan gaya yang sama seperti yang diacu pada catatan tangan dan daftar pustaka. Jika isi skripsi ini ternyata merupakan plagiarisme, saya ingin membatalkan skripsi ini, membatalkan gelar yang saya peroleh, dan menangannya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Oleh karena itu, pernyataan ini saya buat dengan autentik, tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Batam, 19 Januari 2024



Fadly Dwi Hermawan

190910278

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN MELALUI INSTAGRAM DAN
SURAT PENGESAHAN
MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
LUAR GARIS COFFEE**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:

Fadly Dwi Hermawan

190910278

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 15 Januari 2024



Asron Saputra, S.E., M.Si.

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan untuk melihat pengaruh yang diberikan terhadap keputusan pembelian konsumen oleh daya tarik, dan minat beli pada yang Luar Garis Coffee. Populasi pada penelitian ini akan memakai konsumen yang berbelanja di Luar Garis Coffee, sedangkan untuk jumlah sampel yang digunakan adalah 380 orang konsumen yang pernah melakukan pembelian di Luar Garis Coffee. Nonprobability sampling adalah cara penelitian ini mendapatkan data dengan teknik sampling yaitu purposive sampling. Syarat dari pemilihan dari anggota sampel digunakan merupakan orang-orang yang melakukan pembelanjaan di Luar Garis Coffee. Data yang diperlukan dalam penelitian ini didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner. Proses pengolahan data yang telah didapatkan akan menggunakan bantuan dari aplikasi SPSS v.26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa daya tarik iklan dan minat beli memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Luar Garis Coffee dengan nilai hasil uji f itung sebesar $295.346 > 3,02$ yang berarti nilai hasil uji f diterima. Hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai t hitung pada daya tarik iklan sebesar $9.351 > 2,336$ dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ yang berarti H1 diterima, nilai t hitung minat beli sebesar $12,610 > 2,336$ dengan nilai sig $0,000 > 0,05$ yang berarti H2 diterima.

Kata Kunci : Daya Tarik Iklan, Minat Beli, Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

The research was conducted to see the influence on consumer purchasing decisions by the attractiveness and purchase interest of Luar Garis Coffee. The population in this study will use consumers who shop at Luar Garis Coffee, while the sample size used is 380 consumers who have made purchases at Luar Garis Coffee. Nonprobability sampling is the way this research obtains data using a sampling technique, namely purposive sampling. The conditions for selecting the sample members used are people who shop outside the Coffee Line. The data needed in this research was obtained by distributing questionnaires. The processing of the data that has been obtained will use the help of the SPSS v.26 application. The results of this research show that advertising attractiveness and purchasing interest have an influence on consumer purchasing decisions at Luar Garis Coffee with a calculated f test value of $295,346 > 3.02$, which means the f test result value is acceptable. The t test results show that the calculated t value for advertising attractiveness is $9,351 > 2.336$ with a sig value. $0.000 < 0.05$ which means $H1$ is accepted, the calculated t value of buying interest is $12.610 > 2.336$ with a sig value of $0.000 > 0.05$ which means $H2$ is accepted

Keywords: *Advertising Attractiveness, Purchase Interest, Consumer Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

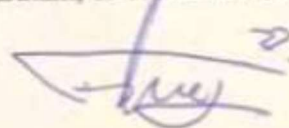
Skripsi ini merupakan karya yang saya susun pada awal semester delapan dan akan selesai pada bulan Januari 2024. Tulisan ini adalah kesaksian bisu perjuangan saya selama kuliah; kesepian, keterasingan, pengkhianatan, dan ketidakadilan. Namun skripsi ini dapat terselesaikan juga atas dorongan dari kedua orang tua saya tercinta, yang merupakan satu-satunya harapan.

Pada fase dewasa ini, kadangkala kita lupa akan arti kebaikan, kebenaran, kesetiaan, persahabatan, ketenangan dan cinta, karna terlalu banyak penderitaan yang kita peroleh. Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang yang selalu bertanya "*kapan skripsimu selesai?*" dan "*kapan kamu wisuda?*". Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus dan percayalah, alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putra Batam,
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putra Batam
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Luar Garis Coffee yang turut membantu dalam memberikan informasi yang diperlukan dalam penyusunan proposal.
6. Teman-teman dan para responden yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi kuisioner

Semoga Tuhan yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu melindungi senantiasa. Amin.

Batam, 19 Januari 2024



Fadly Dwi Hermawan
190910278



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

SURAT ORISINALITAS	ii
SURAT PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR RUMUS.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian	12
1.6.2 Manfaat Praktis	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Daya Tarik.....	14
2.1.1.1 Pengertian Daya Tarik Iklan Melalui Instagram.....	14
2.1.1.2 Bentuk Daya Tarik Iklan Melalui Instagram	15
2.1.1.3 Indikator Daya Tarik Iklan Melalui Instagram	16
2.1.2 Minat Beli	16
2.1.2.1 Pengertian Minat Beli.....	16

2.1.2.2	Bentuk Minat Beli.....	17
2.1.2.3	Indikator Minat Beli.....	18
2.1.3	Keputusan Pembelian	19
2.1.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.1.3.2	Bentuk Keputusan Pembelian	20
2.1.3.3	Indikator Keputusan Pembelian.....	21
2.2	Penelitian Terdahulu.....	22
2.3	Kerangka Pemikiran	23
2.4	Pengaruh Antar Variabel	24
2.4.1	Pengaruh Daya Tarik Iklan Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4.2	Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.4.3	Pengaruh daya tarik iklan melalui instagram dan minat beli terhadap keputusan pembelian	25
2.5	Hipotesis	25
BAB III		27
METODE PENELITIAN		27
3.1	Jenis Penelitian	27
3.2	Sifat Penelitian	27
3.3	Lokasi dan Jadwal Penelitian	27
3.3.1	Lokasi Penelitian	27
3.4	Populasi dan Sampel.....	28
3.4.1	Populasi.....	28
3.4.2	Teknik Penentuan Besaran Sampel.....	29
3.4.3	Teknik Sampling.....	30
3.5	Sumber Data.....	30
3.5.1	Data Primer	30
3.5.2	Data Sekunde.....	30
viii		
3.6	Metode Pengumpulan Data	31
3.6.1	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6.2	Kuesioner.....	31

3.7	Devinisi Operasional Variabel Penelitian	31
3.7.1	Variabel Dependen	31
3.7.2	Variabel Independen.....	32
3.8	Metode Analisis Data.....	34
3.8.1	Analisis Deskriptif	34
3.8.2	Uji Kualitas Instrumen.....	34
3.8.2.1	Uji Validitas.....	34
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	35
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	35
3.8.3.1	Uji Normalitas	35
3.8.3.2	Uji Multikolinieritas.....	36
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	36
3.8.4	Uji Pengaruh	37
3.8.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
3.8.4.2	Uji Koefisien Determinasi (R²)	37
3.9	Uji Hipotesis	38
3.9.1	Uji T (Parsial).....	38
3.9.2	Uji F (Simultan)	38
	BAB V.....	58
	SIMPULAN DAN SARAN	58
5.1	Simpulan	58
5.2	Saran	58
	DAFTAR PUSTAKA.....	58
	LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4. 1 Hasil Uji Histogram	48
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Data Diagram.....	48

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Slovin	29
Rumus 3. 2 Pearson Product Moment	34
Rumus 3. 3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	37
Rumus 3. 4 Uji Koefisien Determinasi.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Gerai Coffeshop Di Indonesia Periode 2016-2019	2
Tabel 1. 2 Jumlah Konsumen Luar Garis Coffee Pada Tahun November 2022- April 2023	6
Tabel 1. 3 Data Follower instagram Coffeshop Tahun 2023.....	7
Tabel 1. 4 Prasurvey Konsumen Mengenai Luar Garis Coffe Pada Tahun 2023.....	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian	28
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Umur.....	41
Tabel 4. 3 Pendidikan Responden.....	41
Tabel 4. 4 Lama Menjadi Konsumen.....	42
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden.....	43
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Pada Daya Tarik Iklan.....	43
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Pada Minat Beli.....	44
Tabel 4. 8 Jawaban Responden Pada Keputusan Pembelian	45
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	50
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	51
Tabel 4. 16 Hasil Uji T	52
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	53