

**PENGARUH TERPAAN MEDIA INSTAGRAM DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELI PRODUK PADA *FOLLOWERS* MONOKROM
STORE YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Esti Prastiwi

20150530005

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada :

Hari : Senin
Tanggal : 7 Oktober 2019
Tempat : Ruang Negosiasi IK UMY
Nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI



Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi

Tanggal 7 Oktober 2019

Mengesahkan,



Harvadi Arief Nur Rasvid, S.IP., M.Sc.
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Esti Prastiwi

NIM : 20150530005

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Judul Skripsi : **Pengaruh Terpaan Media Instagram dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pada *Followers* Monokrom Store Yogyakarta**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari sumber lain telah disebutkan dalam teks menggunakan aturan berlaku. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 7 Oktober 2019

Esti Prastiwi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin.

Dengan mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT yang Maha Esa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Tidak lupa shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga serta para sahabat. Akhirnya setelah melalui perjalanan yang panjang, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu penulis menghaturkan terima kasih yang setulusnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, saya persembahkan untuk mereka yang saya sayangi yaitu:

1. Kedua orangtua saya Bapak Slamet Isdiyanto dan Ibu Ponirah yang selalu memberikan nasehat dan pelajaran hidup bagi saya, orang tua yang selalu berusaha keras berjuang untuk dapat menyekolahkan anak-anaknya hingga sarjana dan tidak henti-hentinya berdoa agar anak-anaknya kelak menjadi orang yang berhasil. I Love You Mak Pak.
2. Kakak saya, Dian Prastyo yang selalu memberikan arahan dan dukungan kepada adiknya selama ini.
3. Ibu Dr. Suciati S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah sabar membimbing mahasiswanya dari awal hingga akhir serta memberikan banyak pembelajaran.
4. Adik sepupu saya, Eni Nur Hidayati dan Isnaini yang selalu memberikan candaan guyonan.
5. Grils Squad (Nugraheni, Ambar, Luthfi, Vinka, Eni, Ria) yang menemani hari-hari dirumah lebih berwarna.
6. B-Gengs (Annisa Putri, Triana Amelya, Dhiramatri, Septi Kurnia, Heldi Pranata) terimakasih kalian telah menjadi sahabat dan saksi perjuangan perkuliahan kita dari awal semester satu hingga akhir sampai kita udah lulus semua.
7. Dhiramatri Anindina Putri, temen sambat perskripsian yang akhirnya kita berdua bisa lulus bareng wisuda Desember. We did it dir!

8. Teman-teman kelas A Ilmu Komunikasi UMY 2015 yang telah menjadi saksi perjalanan kuliah, semangat buat kalian yang masih berjuang.
9. Teman-teman KKN 259 Mojo Squad yang telah menjadi bagian dari keluarga baru selama satu bulan lebih.
10. Teman-teman seperjuangan bimbingan Ibu Suciati, sukses untuk kita semua!
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

HALAMAN MOTTO

“MAN JADDA WAJADA”

(Siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil)

“If you think you can do it, you can!”

-John Burroughs-

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, karunia dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Terpaan Media Instagram dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pada *Followers* Monokrom Store Yogyakarta”** dengan baik dan lancar. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1) dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sekaligus sebagai penerapan teori-teori yang telah penulis peroleh selama di bangku kuliah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik, masukan dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan. Ucapan terima kasih penulis berikan kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Ibu Dr. Suciati S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing saya yang telah sabar membimbing serta memberi saran, kritik dan dukungan selama bimbingan skripsi dari awal hingga selesai.
5. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan kritik, saran dan arahnya mengenai skripsi ini.
6. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si selaku dosen penguji 2, yang telah memberikan kritik, saran dan arahnya mengenai skripsi ini.
7. Para staf dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
8. Mas Fery dan Mbak Yuli selaku *owner* dari Monokrom Store Yogyakarta yang telah bersedia membantu dan menjadi objek dalam penelitian ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan pada penulisan skripsi ini. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini dan semoga bisa dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 7 Oktober 2019

Esti Prastiwi

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Advertising*

Esti Prastiwi (20150530005)

Pengaruh Terpaan Media Instagram dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pada *Followers* Monokrom Store Yogyakarta

Tahun Skripsi: 2019 + 132 halaman + 30 buku + 8 jurnal + 4 media *online*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan media Instagram dan sikap konsumen terhadap minat beli produk. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* Monokrom Store Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Uji validitas dengan rumus *Product Moment Pearson* dan reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach's* menggunakan SPSS 25 *for Windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) ada pengaruh positif dan signifikan antara terpaan media Instagram terhadap minat beli, ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 3.417 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. (2) ada pengaruh positif dan signifikan antara sikap konsumen terhadap minat beli, ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 9.321 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. (3) ada pengaruh positif dan signifikan antara terpaan media Instagram dan sikap konsumen terhadap minat beli ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 93.863 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,659, sehingga besarnya pengaruh terpaan media Instagram dan sikap konsumen terhadap minat beli sebesar 65,9%, sedangkan sisanya sebesar 34,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Terpaan Media Instagram, Sikap Konsumen, Minat Beli.

ABSTRACT

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social and Political Sciences

Department of Communication Study

Concentration Advertising

Esti Prastiwi (20150530005)

The Influence of Instagram Exposure and Consumer Attitudes Towards Purchase Intention on Followers of Monokrom Store Yogyakarta.

Thesis Year: 2019 + 132 pages + 30 books + 8 journal + 4 online media

This study aimed to analyze the influence of Instagram exposure and consumer attitudes towards purchase intention. The population in this research is followers of Monokrom Store Yogyakarta with the number of samples in this study as many as 100 respondents. The sampling technique used accidental sampling. Collecting data primary uses questionnaires that have been tested for validity and reliability. The analysis in this study uses multiple linear regression method. The validity of using Product Moment Pearson and reliability test using Alpha Cronbach's formula by using SPSS 25 for windows.

The result of this study indicate that (1) there is a positive and significant influence between Instagram exposure on purchase intention, indicated by the value of t count of 3.417 with a significance value of $0,001 < 0,05$. (2) there is a positive and significant influence between consumer attitudes towards purchase intention, indicated by the value of t count of 9.321 with a significance value of $0,000 < 0,05$. (3) there is a positive and significant influence between Instagram exposure and consumer attitudes towards purchase intention, indicated by the value of F count of 93.863 with a significance value of $0,000 < 0,05$. The coefficient of determination at 0,659, so the influence of Instagram exposure and consumer attitudes towards purchase intention is at 65,9%, while the remaining 34,1% is influenced by other factors but is not examined in this study.

Keywords : Instagram Exposure, Consumer Attitudes, Purchase Intention.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori.....	12
1. Minat Beli	12
2. Terpaan Media.....	22
3. Sikap Konsumen.....	25
F. Kerangka Pikir	31
G. Hipotesis	32
H. Definisi Konseptual dan Operasional.....	33
I. Metode Penelitian	35
1. Jenis Penelitian	35
2. Sumber Data	36
3. Populasi dan Sampel.....	37
4. Teknik Pengumpulan Data	39

5. Teknik Analisis Data	40
6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
7. Uji Asumsi Klasik	43
8. Uji Hpotesis	45

BAB II DESKRIPSI MONOKROM STORE DAN FOLLOWERS MONOKROM STORE YOGYAKARTA

A. Monokrom Store Yogyakarta.....	48
1. Sejarah Berdirinya Monokrom Store.....	48
2. Profil Monokrom Store.....	55
3. Profil Pendiri Monokrom Store	55
B. Followers Monokrom Store Yogyakarta.....	57

BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Pengujian Instrumen.....	60
1. Uji Validitas.....	61
2. Uji Reliabilitas.....	62
B. Sajian Data	63
1. Karakteristik Responden	64
2. Deskripsi Sebaran Data	67
3. Deskripsi Kategori Variabel	87
C. Analisis Data	97
1. Uji Asumsi Klasik	97
2. Uji Hipotesis.....	104
3. Uji Koefisien Determinasi	107
4. Uji Regresi Linear Berganda	110
D. Pembahasan.....	112

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	126
B. Saran.....	128

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Akun Instagram.....	6
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 3.3 Tanggapan Responden pada Indikator Perhatian.....	69
Tabel 3.4 Tanggapan Responden pada Indikator Penghayatan	70
Tabel 3.5 Frekuensi Mengakses Instagram Monokrom Store	71
Tabel 3.6 Frekuensi Menyukai Postingan Monokrom Store	72
Tabel 3.7 Durasi Membuka Instagram.....	73
Tabel 3.8 Tanggapan Responden pada Kepercayaan Produk	75
Tabel 3.9 Tanggapan Responden pada Produk Monokrom Store.....	76
Tabel 3.10 Tanggapan Responden Dalam Menyukai Produk.....	77
Tabel 3.11 Tanggapan Kepuasan pada Produk Monokrom	78
Tabel 3.12 Tanggapan Keinginan Melakukan Pembelian	79
Tabel 3.13 Tanggapan Keinginan Merekomendasikan Produk	80
Tabel 3.14 Ketertarikan Responden Mencari Informasi	82
Tabel 3.15 Ketertarikan Responden Membeli Produk.....	83
Tabel 3.16 Ketertarikan Responden Mencoba Produk	84
Tabel 3.17 Keinginan Responden Mengetahui Produk.....	85
Tabel 3.18 Tanggapan Keinginan Memiliki Produk.....	86
Tabel 3.19 Statistik Deskriptif Keseluruhan Variabel	88

Tabel 3.20 Deskripsi Data Terpaan Media Instagram	89
Tabel 3.21 Batas Interval Terpaan Media Instagram	90
Tabel 3.22 Kategorisasi Terpaan Media Instagram	90
Tabel 3.23 Deskripsi Data Sikap Konsumen	92
Tabel 3.24 Batas Interval Sikap Konsumen	93
Tabel 3.25 Kategorisasi Sikap Konsumen	93
Tabel 3.26 Deskripsi Data Minat Beli.....	95
Tabel 3.27 Batas Interval Minat Beli	95
Tabel 3.28 Kategorisasi Minat Beli	96
Tabel 3.29 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test.....	99
Tabel 3.30 Hasil Uji Multikolinearitas.....	100
Tabel 3.31 Hasil Uji Glejser.....	103
Tabel 3.32 Hasil Uji t.....	104
Tabel 3.33 Hasil Uji F.....	106
Tabel 3.34 Hasil Uji Koefisien Determinasi	108
Tabel 3.35 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platforms Media Sosial Paling Aktif.....	3
Gambar 1.2 Waktu Mengakses Media	4
Gambar 1.3 Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 1.4 Langkah Evaluasi Alternatif.....	21
Gambar 1.5 Model Sikap Tiga Komponen	27
Gambar 1.6 Kerangka Pikir.....	31
Gambar 2.1 Akun Instagram Monokrom Store.....	49
Gambar 2.2 Antusias Pengunjung Monokrom Store	50
Gambar 2.3 Member Card Reseller Monokrom	51
Gambar 2.4 Endorse Artis Brisia Jodie.....	52
Gambar 2.5 Postingan Monokrom Store.....	53
Gambar 2.6 Logo Monokrom Store	55
Gambar 2.7 Postingan <i>Followers</i> Yang Menandai Monokrom	58
Gambar 2.7 Komentar <i>Followers</i> Monokrom Store	59
Gambar 3.1 Grafik Distribusi Frekuensi Terpaan Media.....	91
Gambar 3.2 Grafik Distribusi Frekuensi Sikap Konsumen	94
Gambar 3.3 Grafik Distribusi Frekuensi Minat Beli.....	97
Gambar 3.4 Hasil Uji Normalitas Secara Grafik (P-Plot).....	98
Gambar 3.5 Hasil Uji Scatterplot	102

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Diagram 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Diagram 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66