

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN J.CO
DONUTS & COFFEE (Survei pada Pengguna Media Sosial
Instagram di Wilayah Jabodetabek)**

**AMELIA SAVITRI
1702517034**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan Gelar Ahli Madya pada Program Studi DIII Manajemen
Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING
THROUGH INSTAGRAM ON PURCHASE DECISION J.CO
DONUTS & COFFEE (Survey on Instagram Social Media Users in
Jabodetabek)***

**AMELIA SAVITRI
1702517034**



***Research Paper was arranged to meet one of the requirements to get the title
of the the Experts Associate at Study Program of DIII Marketing
Management Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2020***

ABSTRAK

Amelia Savitri, 2020; Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee (Survei pada Pengguna Media Sosial Instagram di Wilayah Jabodetabek). Karya ilmiah, Jakarta: Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Pembimbing: Dra.Basrah Saidani M.Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) gambaran dari *Social Media Marketing* melalui Instagram dan Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee. 2) pengaruh *Social Media Marketing* melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen berupa kuesioner. Objek penelitian ini adalah 128 responden pengguna media sosial Instagram di Jabodetabek. Analisis data menggunakan SPSS versi 20. untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel *Social Media Marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Diketahui dari koefisien determinasi (*R square*) yang menunjukkan bahwa 48,7% variasi dari keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *Social Media Marketing* , dan sebesar 51,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT



Amelia Savitri, 2020; *The Influence Of Social Media Marketing Through Instagram On Purchase Decisions J.CO Donuts & Coffee (Survey On Instagram Social Media Users In Jabodetabek .Scientific Work, Jakarta: DIII Study Program in Marketing Management , Faculty Of Economics, Universitas Negeri Jakarta, Advisory: Dra.Basrah Saidani M.Si.*

The purpose of this study aims to find out: 1) an overview of Social Media Marketing through Instagram and Purchase Decisions on J.CO Donuts & Coffee.2) the Influence of Social Media Marketing through Instagram on Purchase Decisions J.CO Donuts & Coffee. Methods of collecting data using survey methods with instruments in the form of questionnaires. The object of this research is 128 respondents Instagram social media users in the Jabodetabek. Data analysis using SPSS version 20 to process and analyze the research data.

The results of hypothesis testing shows that the Social Media Marketing variable has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. In the coefficients of determination (R square) indicates social media marketing affects purchasing decisions by 48,7% while remaining 51.3% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Social Media Marketing, Purchasing Decisions.

Lembar Persetujuan Proposal Karya Ilmiah

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SEMINAR PROPOSAL KARYA ILMIAH	
Mengetahui,	
Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran	Pembimbing
 <u>Dra. Sholikhah, M.M</u> NIP : 196206231990032001	 <u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP : 196301191992032001
11 Juni 2020	
Nama : Amelia Savitri No. Registrasi : 1702517034 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran	

Catatan: - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- Dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru




Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
	Ketua Sidang		
1.	<u>Dra. Sholikhah, M.M</u> NIP.196206231990032001		11 Agustus 2020
	Penguji Ahli		
2.	<u>M.Edo Suryawan Siregar, SE., M.B.A</u> NIP.197201252002121002		24 Agustus 2020
	Pembimbing		
3.	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP.196301191992032001		11 Agustus 2020
Nama : Amelia Savitri No. Registrasi : 1702517034 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 24 Juli 2020			

Catatan: - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- Dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama : Amelia Savitri

NIM : 1702517034

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh *Social Media Marketing* Melalui Instagram terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee (Survei pada Pengguna Media Sosial Instagram di Jabodetabek)”** ini adalah benar-benar karya ilmiah Saya sendiri, dan Saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

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

Jakarta, Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan



Amelia Savitri

1702517034

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan Karya Ilmiah dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Keputusan Pembelian J.CO Donuts & Coffee (Survei pada Pengguna Media Sosial Instagram di Wilayah Jabodetabek). Dalam penyelesaian karya ilmiah ini, peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah banyak membantu peneliti, terutama kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, MM, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan pelajaran moral yang baik selama masa perkuliahan
3. Dra.Basrah Saidani, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan masukan, nasihat, motivasi juga koreksi dan masukan kepada peneliti dalam menyelesaikan penyusunan karya ilmiah.
4. Orang tua penulis, Tri Yulianto dan Lovina yang tiada henti memberikan dorongan moril dan juga semangat kepada peneliti agar tidak mudah menyerah selama proses menyusun karya ilmiah.
5. Teman-teman Fakultas Ekonomi Program Studi DIII Manajemen Pemasaran B angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan untuk

penulis.

6. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih atas kebaikan yang telah Anda berikan.

Penulis berharap, karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan menginspirasi penulis lainnya, serta dapat menambah sumber literasi bagi Universitas Negeri Jakarta. Atas kekurangan pada penulisan karya ilmiah ini, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki juga menyempurnakan tulisan yang penulis buat.

Jakarta, Juli 2020

Amelia Savitri