

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT sebab melalui karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Instagram akun GG.Holiday travel terhadap keputusan pembelian konsumen.”

Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Pelita Harapan. Selain daripada itu, tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai pentingnya penggunaan Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen.

Selama penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Naniek Novijanti Setijadi, S.Pd., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pelita Harapan.
2. Rambu Naha S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan.
3. Dr. Benedictus A. Simangunsong, S.IP., M.SI, selaku pembimbing utama saya.
4. Pierre Mauritz Sundah S.Sos., M.I.Kom, selaku pembimbing kedua saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena adanya keterbatasan ilmu dan pengalaman yang dimiliki. Oleh sebab itu, semua kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Tangerang, 12 Januari 2021

Kadek Novi Widiantri

DAFTAR ISI

	halaman
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 8
2.1 Media Sosial.....	8
2.2 Instagram.....	9
2.3 Perilaku Konsumen.....	10
2.3.1 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
2.3.2 Tahap – Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	11
2.4 Kerangka Teoritis.....	14

2.5	Kerangka Pemikiran.....	16
-----	-------------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		17
------------------------------------	--	----

3.1	Metode Penelitian Kuantitatif.....	17
-----	------------------------------------	----

3.2	Populasi & Sample Penelitian.....	18
-----	-----------------------------------	----

3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	21
-----	------------------------------	----

3.4	Metode Operasionalisasi Variable.....	21
-----	---------------------------------------	----

3.5	Teknik Pengujian Instrumen.....	24
-----	---------------------------------	----

3.5.1	Uji Validitas.....	24
-------	--------------------	----

3.5.2	Uji Reliabilitas.....	26
-------	-----------------------	----

3.6.	Teknis Analisi Data.....	26
------	--------------------------	----

3.6.1	Statistik Deskriptif.....	27
-------	---------------------------	----

3.6.2	Statistik Inferensial.....	28
-------	----------------------------	----

3.6.3	Hipotesis Penelitian.....	28
-------	---------------------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		30
----------------------------------	--	----

4.1	Profil Responden.....	30
-----	-----------------------	----

4.1.1	Jenis Kelamin.....	30
-------	--------------------	----

4.1.2	Usia.....	30
-------	-----------	----

4.1.3	Domisili	31
-------	----------------	----

4.2	Hasil Survey Variabel Penelitian.....	32
-----	---------------------------------------	----

4.2.1	Hasil Survey Variabel Pengguna Instagram.....	32
-------	---	----

4.2.2	Hasil Survey Variabel Keputusan Pembelian Konsumen.....	34
-------	---	----

4.3	Statistik Deskriptif.....	36
-----	---------------------------	----

4.4	Statistik Inferensial.....	38
-----	----------------------------	----

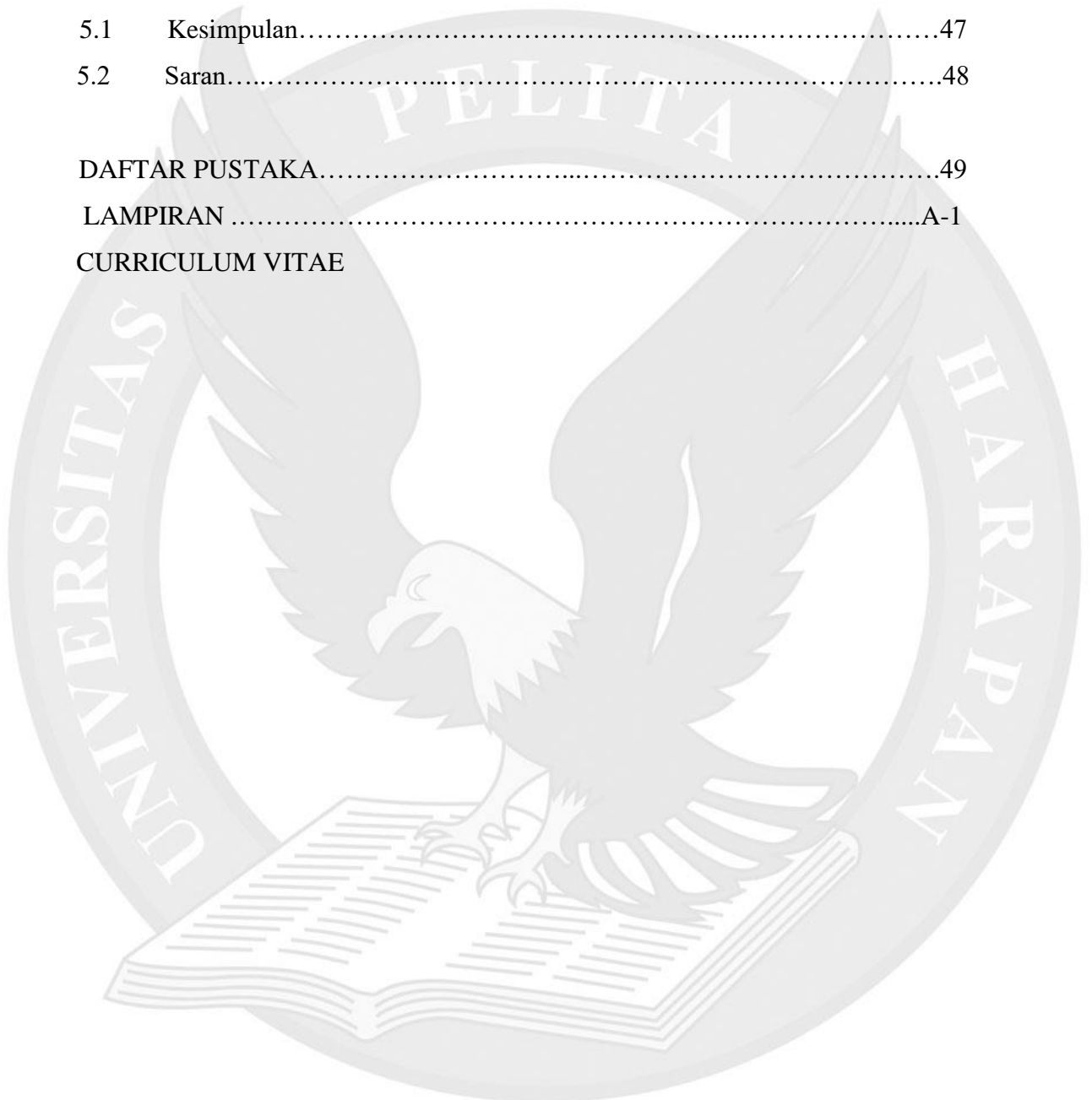
4.4.1	Uji Normalitas.....	38
-------	---------------------	----

4.4.2	Uji Regresi Linier Sederhana.....	42
-------	-----------------------------------	----

4.4.2.1	Koefisien Determinasi.....	42
---------	----------------------------	----

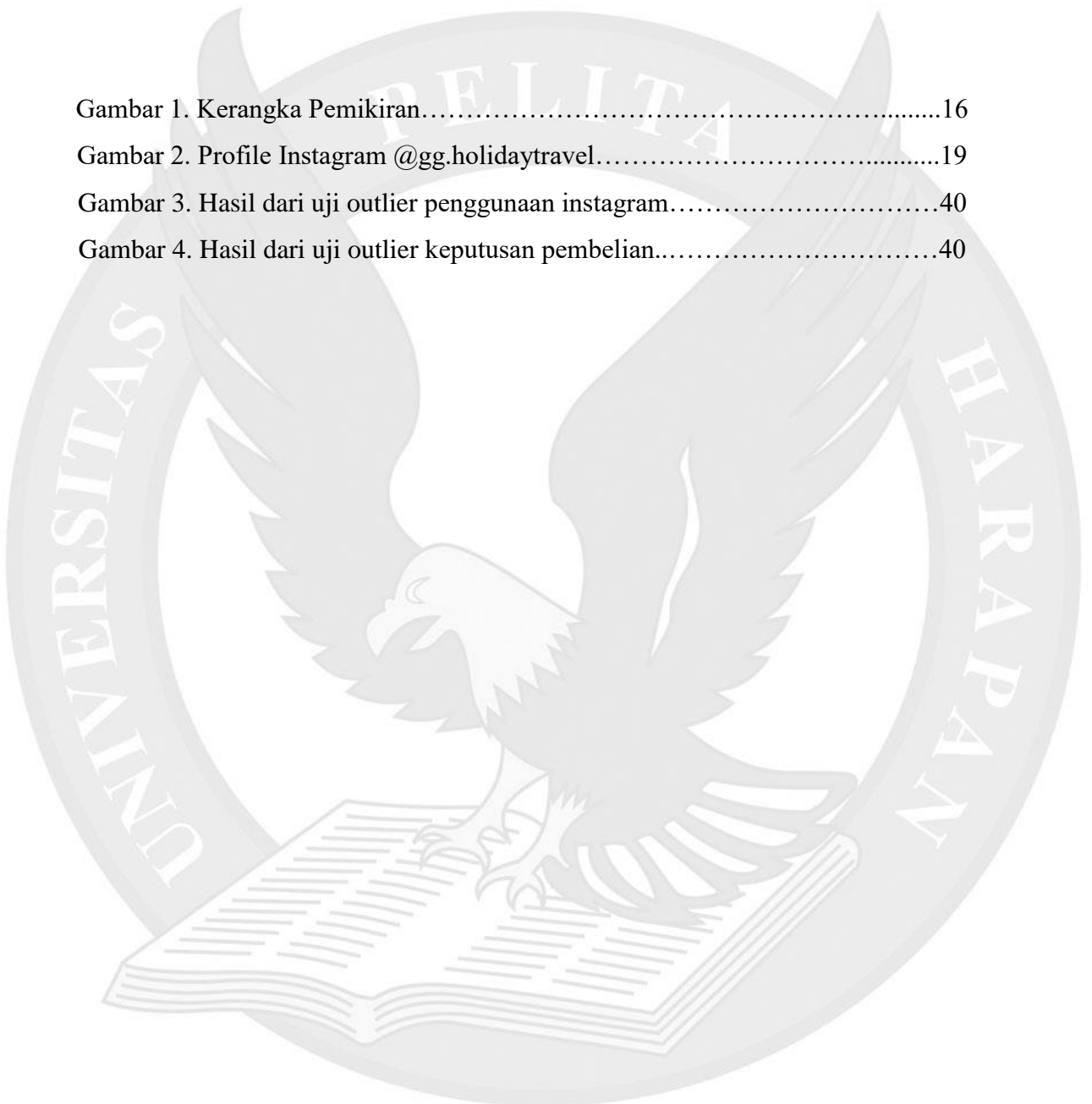
4.4.3	Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	43
-------	--------------------------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN	A-1
CURRICULUM VITAE	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 2. Profile Instagram @gg.holidaytravel.....	19
Gambar 3. Hasil dari uji outlier penggunaan instagram.....	40
Gambar 4. Hasil dari uji outlier keputusan pembelian.....	40



DAFTAR TABEL

Table 1. Operasional Variabel.....	22
Table 2. Hasil Uji Validitas.....	25
Table 3. Hasil Uji Reliabilitas.....	26
Table 4. Data Jenis Kelamin Responden.....	30
Table 5. Data Usia Responden.....	31
Table 6. Data Domisili Responden.....	32
Table 7. Hasil Survey Variable Pengguna Instagram.....	33
Table 8. Hasil Survery variable Keputusan Pembelian Konsumen.....	35
Table 9. Statistik Deskriptif Penggunaan Instagram.....	36
Table 10. Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian Konsumen	37
Table 11. Hasil Uji Normalitas.....	40
Table 12. Hasil Uji Normalitas.....	42
Table 13. Hasil Uji Determinasi.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.....	A-1
Lampiran B.....	B-1

