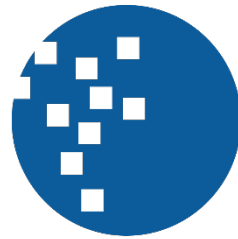


**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@CASSION.STORE TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Skripsi

Robbie Aditya Halimawan

00000019575

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@CASSION.STORE TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS**



Skripsi

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S.I.Kom

Robbie Aditya Halimawan

0000019575

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Robbie Aditya Halimawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000019575

Program studi : Ilmu Komunikasi

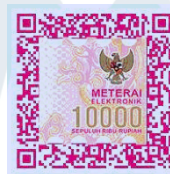
Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@CASSION.STORE TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Jakarta, 3 Desember 2023



Robbie Aditya Halimawan

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@CASSION.STORE TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS**

Oleh:

Nama : Robbie Aditya Halimawan
NIM : 00000019575
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada Jumat, 15 Desember 2023
Pukul 10.00 s.d 11.30 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang



Asep Sutresna, M.A.

NIDN 0307126303

Penguji



Dr. Endah Murwani, M. Si.

NIDN 0327066402

Pembimbing



Anton Binsar, S.Sos., M.Si.

NIDN 0309027705

Ketua Program Studi



Cendra Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Robbie Aditya Halimawan

NIM : 00000019575

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu komunikasi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @CASSION.STORE TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 3 Desember 2023



Robbie Aditya Halimawan

KATA PENGANTAR

Ucapan puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberkati saya dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Pengaruh Konten Media Sosial Instagram @Cassion.store Terhadap Minat Beli Followers*”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu saya dalam proses pengerjaan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
4. Bapak Anton Binsar, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu membantu penulis dan memberikan semangat selama proses pengerjaan laporan skripsi ini.
5. Kepada kedua orang tua dan adik perempuan dari penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama proses pengerjaan laporan skripsi ini.
6. Kepada Rivaldo, Novean, Vanya, Rika, Giovani, Krisna, dan Sinjaya yang selalu menjadi teman untuk berdiskusi selama proses pengerjaan laporan skripsi ini.
7. Saudara dan kerabat yang sudah bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian ini.

Akhir kata, semoga penelitian ini dapat berguna bagi banyak orang.

Jakarta, 6 Desember 2023



Robbie Aditya Halimawan



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@CASSION.STORE TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS**

Robbie

ABSTRAK

Dengan perkembangan teknologi yang terus maju, jumlah pengguna media sosial semakin meningkat. Media sosial saat ini digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk melakukan pembelian secara online. Salah satu platform media sosial yang sangat populer di Indonesia adalah Instagram, yang telah menjadi tempat utama bagi banyak orang untuk berbelanja secara online. Brand dan perusahaan, seperti Cassion Store, yang merupakan pemimpin pasar di industri aksesoris gadget di Indonesia, memanfaatkan peluang ini melalui akun Instagram mereka @cassion.store. Penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh konten media sosial @cassion.store terhadap minat beli para pengikut @cassion.store. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan sampel sebanyak 150 responden yang merupakan pengikut @cassion.store. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara konten media sosial @cassion.store terhadap minat beli para pengikut. Meskipun demikian, pengaruh tersebut hanya sebesar 34,1%, sedangkan 65,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelajahi dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Konten media sosial, minat beli, @cassion.store

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA CONTENT ON INSTAGRAM
@CASSION.STORE ON PURCHASE INTENTION FOR FOLLOWERS***

Robbie

ABSTRACT

With the advancement of technology, the number of social media users continues to increase. Social media is now used for various purposes, including online shopping. One of the most widely used social media platforms in Indonesia is Instagram, which has become a leading platform for online shopping. Brands and companies, such as Cassion Store, a market leader in the gadget accessories industry in Indonesia, capitalize on this opportunity through their Instagram account @cassion.store. This research focuses on examining the influence of @cassion.store's social media content on the purchasing interest of its followers. The study employs a quantitative method with a target of 150 respondents who are followers of @cassion.store. The results reveal an influence of @cassion.store's social media content on the purchasing interest of followers. However, the impact of @cassion.store's social media content on purchasing interest is 34.1%, while the remaining 65.9% is influenced by other factors not explored in this research.

Keywords: social media content, purchase intention, @cassion.store

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	19
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Kegunaan Penelitian	19
1.5.1 Kegunaan Akademis	20
1.5.2 Kegunaan Praktis	20
BAB II KERANGKA TEORI	21
2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2 Landasan Teori	25
2.2.1 Konten Media Sosial.....	25
2.2.2 Minat Beli	27
2.2.3 Media Sosial	29
2.2.4 Instagram	32
2.3 Hipotesis	33
2.4 Kerangka Pemikiran	33
BAB III METODOLOGI.....	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	35
3.3.1 Populasi.....	35

3.3.2	Sampel	36
3.4	Operasionalisasi Variabel	37
3.4.1	Operasionalisasi Variabel X	37
3.4.2	Operasionalisasi Variabel Y	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5.1	Data Primer	40
3.5.2	Data Sekunder	40
3.6	Teknik Pengukuran Data	40
3.6.1	Uji Validitas	40
3.6.2	Uji Reliabilitas	42
3.7	Teknik Analisis Data	43
3.7.1	Uji Koefisien Korelasi	43
3.7.2	Uji Regresi Linier Sederhana	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	45
4.1.1	Subjek Penelitian	45
4.1.2	Objek Penelitian	45
4.2	Hasil Penelitian	47
4.2.1	Karakteristik Responden	47
4.2.2	Analisis Deskriptif	48
4.2.3	Uji Normalitas	59
4.2.4	Uji Korelasi	62
4.2.5	Uji Regresi Linier Sederhana	63
4.2.6	Uji Hipotesis	65
4.3	Pembahasan	65
BAB V KESIMPULAN		71
5.1	Simpulan	71
5.2	Saran	71
5.2.1	Saran Akademis	71
5.2.2	Saran Praktis	72
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN		75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Konten Media Sosial	37
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Minat Beli.....	38
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Konten Media Sosial	41
Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	42
Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas Variabel Konten Media Sosial	43
Tabel 3. 9 Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli.....	43
Tabel 4. 1 Lama Mengikuti @cassion.store	47
Tabel 4. 2 Hasil Dimensi <i>Cognitive Messages</i>	48
Tabel 4. 3 Hasil Dimensi <i>Affective Messages</i>	52
Tabel 4. 4 Hasil Dimensi Minat Eksploratif.....	55
Tabel 4. 5 Hasil Dimensi Minat Preferensial.....	56
Tabel 4. 6 Hasil Dimensi Minat Transaksional	57
Tabel 4. 7 Hasil Dimensi Referensial	58
Tabel 4. 8 Uji Normalitas	59
Tabel 4. 9 Uji Normalitas Histogram.....	60
Tabel 4. 10 Uji Normalitas P-P Plot	61
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastesitas.....	61
Tabel 4. 12 Uji Korelasi.....	62
Tabel 4. 13 RSquare.....	63
Tabel 4. 14 ANOVA.....	63
Tabel 4. 15 Uji Koefisien.....	64

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram @cassion.store	17
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4. 1 Instagram @cassion.store	46
Gambar 4. 2 Konten Instagram @cassion.store.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Konsultasi Skripsi	75
Lampiran 2 Kuesioner	77
Lampiran 3 Data Penelitian	78
Lampiran 4 Turnitin.....	79
Lampiran 5 Curriculum Vitae.....	80

