

**ANALISIS PURCHASE INTENTION PADA
INSTAGRAM
PT. KINETIC DIGITAL INDONESIA
DENGAN MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan
dalam memperoleh gelar Sarjana Komputer
Program Studi Sistem Informasi



**Disusun Oleh:
ADE SATRIA KURNIAWAN
1535010021**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
S U R A B A Y A
2020**

SKRIPSI

**ANALISIS PURCHASE INTENTION PADA INSTAGRAM
PT. KINETIC DIGITAL INDONESIA
DENGAN MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL**

Disusun oleh:


Ade Satria Kurniawan
1535010045

**Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 10 Januari 2020**


Menyetujui,

Dosen Pembimbing:

1.



Tri Lathif Mardi Suryanto, S.Kom, MT
NPT. 3 8902 13 0352 1

2.



Arista Pratama, S.Kom, M.Kom.
NPT. 171199 10 320052

Dosen Penguji:


1.


Nur Cahyo Wibowo, S.Kom, M.Kom.
NPT. 3 7903 04 0197 1

2.


Siti Mukaromah, S.Kom, M.Kom.
NPT. 3 8107 13 0358 1


3.


Dodi Ridwandono, S.Kom, M.Kom.
NPT. 3 7805 07 0218 1


Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ilmu Komputer


Dr. Ir. Ni Ketut Sarim M.T.
NIP. 19650731 199203 2 001

**Koordinator Program Studi
Sistem Informasi**


Nur Cahyo Wibowo, S.Kom, M.Kom.
NPT. 3 7903 04 0197 1



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ade Satria Kurniawan
NPM : 1535010021
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Ilmu Komputer

Menyatakan Bahwa Judul Skripsi / Tugas Akhir Saya Sebagai Berikut:

**ANALISIS PURCHASE INTENTION PADA INSTAGRAM
PT. KINETIC DIGITAL INDONESIA
DENGAN MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL**

Bukan Merupakan Plagiat Dari Skripsi / Tugas Akhir / Penelitian Orang Lain dan juga bukan merupakan Produk / Software / Hasil Karya yang Saya beli dari pihak lain.

Saya Juga Menyatakan Bahwa Skripsi / Tugas Akhir ini adalah Pekerjaan Saya Sendiri, Kecuali yang dinyatakan Dalam Daftar Pustaka dan Tidak Pernah diajukan Untuk Syarat Memperoleh gelar di UPN "Veteran" Jawa Timur Maupun di Institusi Pendidikan lain.

Jika ternyata di kemudian hari Pernyataan ini Terbukti Tidak Benar, maka Saya bertanggungjawab penuh dan siap menerima segala konsekuensinya, termasuk Pembatalan Ijazah di kemudian hari.

Hormat Saya,



Ade Satria Kurniawan

Judul : Analisis *Purchase Intention* pada Instagram PT.
**Kinetic Digital Indonesia dengan Model Persamaan
Struktural**

Pembimbing 1 : Tri Lathif Mardi Suryanto, S.Kom. MT

Pembimbing 2 : Arista Pratama, S.Kom, M.Kom

ABSTRAK

Instagram merupakan media sosial yang populer di kalangan para pengguna smartphone. Instagram digunakan sebagai sarana promosi bagi para pelaku usaha. Oleh karena itu dalam upaya untuk mengetahui munculnya *purchase intention* pada pengguna Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa signifikan faktor yang mempengaruhi terbentuknya *purchase intention* pada akun Instagram PT. Kinetic Digital Indonesia. Dalam penelitian ini, menggunakan analisis model persamaan structural guna mencapai tujuan tersebut. Penelitian ini mengambil responden berjumlah 40 orang para pelaku usaha yang pernah menggunakan jasa dari PT. Kinetic Digital Indonesia selama periode tahun 2018 sampai dengan 2019. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi terbentuknya *purchase intention* yaitu *word of mouth* dan *brand awareness*. Dua faktor tersebut mempengaruhi terbentuknya *purchase intention* dikarenakan social media marketing menjadi dasar dari kegiatan brand awareness dan word of mouth.

Kata kunci: *purchase intention*, instagram, SEM, *brand awareness*, *word of mouth*, *social media marketing*.

Kata Pengantar

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang Maha pengasih lagi Maha penyayang sebab karena karunia, kebaikan, dan kemudahannya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi S1/Sistem Informasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Semua keluarga yang banyak memberikan dukungan dan doa sehingga penulis terus semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Tri Lathif Mardi Suryanto S. Kom, M.T dan Arista Pratama S. Kom M. Kom selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Staff Dosen Sistem Informasi UPN “Veteran” Jawa Timur yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama mengikuti perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi.
4. Bapak Mohamad Irwan Afandi, S.T., MSC. selaku dosen wali penulis yang telah memperhatikan dan mendukung penulis dalam kegiatan akademisnya
5. Seluruh jajaran staff PT. Kinetic Digital Indonesia yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data dan bimbingan selama bekerja selama satu tahun ini, terutama mbak Intan Fitranisa selaku supervisor saya di divisi Brand Communication.

6. Partner skripsi penulis yang telah membantu dan menemani dalam penyusunan dan pengerjaan skripsi.
7. Teman-teman Kos yang bersedia mendengarkan keluh kesah penulis.
8. Teman-teman Sistem Informasi angkatan 2015 serta semua teman kelas A yang sudah bersedia membantu penulis dalam perkuliahan serta mengisi dan menjadi bagian dalam cerita perkuliahan penulis.
9. Teman-teman HIMASIFO 2016-2017 dan UKM ONI-GIRI 2016-2019 yang telah menjadi keluarga dan memberikan pembelajaran tentang organisasi dan kepemimpinan kepada penulis.
10. Semua kakak tingkat khususnya angkatan 2014 dan 2013 yang telah membantu dan mengajarkan banyak hal kepada penulis.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis ucapkan yang juga turut mendoakan dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap bahwa dengan penyusunan skripsi ini mampu membuka “gerbang” ilmu baru dan memberikan manfaat bagi teman-teman pembaca. Namun, penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan maka dari itu penulis berharap adanya saran dan kritik membangun bagi penulis dan juga semoga penelitian ini dapat dikembangkan dan disempurnakan pada penelitian-penelitian selanjutnya.

Surabaya, Januari 2020

Penulis,

Ade Satria Kurniawan

Daftar Isi

| | |
|--------------------------------------------|-------------------------------------|
| ABSTRAK | Error! Bookmark not defined. |
| Kata Pengantar | Error! Bookmark not defined. |
| Daftar Isi..... | viii |
| Daftar Tabel | xi |
| Daftar Gambar..... | xii |
| BAB I Pendahuluan | Error! Bookmark not defined. |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | Error! Bookmark not defined. |
| 1.2 Rumusan Masalah | Error! Bookmark not defined. |
| 1.3 Batasan Masalah..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.6 Relevansi SI..... | Error! Bookmark not defined. |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | Error! Bookmark not defined. |
| BAB II Tinjauan Pustaka | Error! Bookmark not defined. |
| 2.1 Social Media Marketing | Error! Bookmark not defined. |
| 2.2 Instagram | Error! Bookmark not defined. |
| 2.3 Brand Awareness..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.4 Word of Mouth..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.5 Purchase Intention | Error! Bookmark not defined. |
| 2.6 Metodologi Penelitian Kuantitatif..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.7 Structure Equation Model (SEM)..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.8 PT. Kinetic Digital Indonesia..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.9 Penelitian Terdahulu..... | Error! Bookmark not defined. |
| 2.9.1 Penelitian Terdahulu 1 | Error! Bookmark not defined. |
| 2.9.2 Penelitian Terdahulu 2 | Error! Bookmark not defined. |
| 2.9.3 Penelitian Terdahulu 3 | Error! Bookmark not defined. |
| 2.9.4 Penelitian Terdahulu 4 | Error! Bookmark not defined. |
| 2.9.5 Penelitian Terdahulu 5 | Error! Bookmark not defined. |
| BAB III Metode Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 3.1 Alur penelitian | Error! Bookmark not defined. |

| | | |
|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 3.2 | Identifikasi Masalah | Error! Bookmark not defined. |
| 3.3 | Literatur Review | Error! Bookmark not defined. |
| 3.4 | Model Konseptual | Error! Bookmark not defined. |
| 3.4.1 | Hipotesis..... | Error! Bookmark not defined. |
| 3.5 | Variabel penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 3.6 | Dimensi variabel dan indikator | Error! Bookmark not defined. |
| 3.7 | Hipotesis penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 3.7.1 | Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Awareness | Error! Bookmark not defined. |
| 3.7.2 | Pengaruh Social Media Marketing terhadap Word of Mouth | Error! Bookmark not defined. |
| 3.7.3 | Pengaruh Brand Awareness terhadap Purchase Intention | Error! Bookmark not defined. |
| 3.7.4 | Pengaruh Word of Mouth terhadap Purchase Intention | Error! Bookmark not defined. |
| BAB IV Hasil dan Pembahasan | | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1 | Identitas Responden Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1.1 | Usia | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1.2 | Jenis Kelamin | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1.3 | Pendidikan Terakhir | Error! Bookmark not defined. |
| 4.1.4 | Lokasi Usaha..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2 | Analisis Deskriptif Variabel Penelitian ... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2.1 | Analisis Deskriptif Variabel Social Media Marketing | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2.2 | Analisis Deskriptif Variabel Brand Awareness | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2.3 | Analisis Deskriptif Variabel Word of Mouth | Error! Bookmark not defined. |
| 4.2.4 | Analisis Deskriptif Variabel Purchase Intention | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3 | Pembahasan Analisis Inferensial | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.1 | Analisis Outer Model | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.2 | Analisis Inner Model..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.3.3 | Index Fit | Error! Bookmark not defined. |
| 4.4 | Pembahasan Hasil Penelitian..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.4.1 | Uji Hipotesis | Error! Bookmark not defined. |
| 4.4.2 | Hubungan <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> di Instagram PT. Kinetic Digital Indonesia..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.4.3 | Hubungan <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Word of Mouth</i> di Instagram PT. Kinetic Digital Indonesia..... | Error! Bookmark not defined. |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 4.4.4 Hubungan <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> di Instagram PT. Kinetic Digital Indonesia..... | Error! Bookmark not defined. |
| 4.4.5 Hubungan <i>Word of Mouth</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> | Error! Bookmark not defined. |
| BAB V Kesimpulan dan Saran | Error! Bookmark not defined. |
| 5.1 Kesimpulan | Error! Bookmark not defined. |
| 5.2 Saran..... | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR PUSTAKA | Error! Bookmark not defined. |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | Error! Bookmark not defined. |

Daftar Tabel

Tabel 4.1 Deskriptif Variabel Social Media Marketing ... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.2 Deskriptif Variabel Brand Awareness **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 Deskriptif Variabel Word of Mouth....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4 Deskriptif Variabel Purchase Intention..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.5 Composite Reliability Variabel Social Media Marketing **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.6 Loadings dan P.value Variabel Social Media Marketing **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.7 Akar Kuadrat AVE Social Media Marketing Terhadap Variabel Lainnya**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.8 Loadings dan Cross Loading Variabel Social Media Marketing... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.9 Hasil Akhir Outer Model Variabel Social Media Marketing..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.10 *Composite Reliability Variabel Brand Awareness....***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.11 Loadings dan P.value Brand Awareness..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.12 Loadings dan Cross Loading Varibel Brand Awareness **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.13 Loadings dan Cross Loading Variabel Brand Awareness **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.14 *Hasil Akhir Outer Model Variabel Brand Awareness* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.15 *Composite Realibility Variabel Word of Mouth* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.16 *Loadings dan P.Value Variabel Word of Mouth* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.17 Akar Kuadrat AVE Word of Mouth**Error! Bookmark not defined.**

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Tabel 4.18 <i>Loadings dan Cross Loading Variabel Word of Mouth</i> | Error! |
| Bookmark not defined. | |
| Tabel 4.19 <i>Hasil Akhir Outer Model Variabel Word of Mouth</i> .. | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.20 <i>Composite Reliability Variabel Purchase Intention</i> . | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.21 <i>Loadings dan P.value Variabel Purchase Intention</i> . | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.22 <i>Akar Kuadrat AVE Purchase Intention Terhadap Variabel Lainnya</i> | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.23 <i>Loadings dan Cross Loading Variabel Purchase Intention</i> | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.24 <i>Hasil Akhir Outer Model Variabel Purchase Intention</i> | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.25 Hasil <i>R-Square</i> | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.26 Hasil <i>Q-Squared</i> | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.27 Hasil <i>Effect Size (f²)</i> | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.28 Hasil <i>Index Fit</i> | Error! Bookmark not defined. |
| Tabel 4.29 <i>Ringkasan Hasil Penelitian Path Coefficients</i> ... | Error! Bookma defined. |

Daftar Gambar

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Gambar 1.1 Hubungan antara Etika, Sosial dan Politik dalam IT | Error! Bookmark not defined. |
| Gambar 2.1 Total pengguna sosial media di Indonesia sampai Januari 2019 | Error! Bookmark not defined. |
| Gambar 2.2 <i>Grafik media sosial paling aktif di indonesia sampai Januari 2019</i> | Error! Bookmark not defined. |
| Gambar 2.3 Aplikasi paling aktif di indonesia sampai Januari 2019 | Error! Bookmark not defined. |
| Gambar 3.1 Alur Penelitian | Error! Bookmark not defined. |
| Gambar 3.2 Konseptual model | Error! Bookmark not defined. |

- Gambar 4.1 Presentase Rentang Usia Responden..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.2 Presentase Jenis Kelamin Responden..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.3 Presentase Pendidikan Terakhir Responden . **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.4 Presentase Lokasi Usaha Responden..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.5 Hubungan Indikator dan Variabel pada Social Media Marketing
.....**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.6 Hubungan Indikator dan Variabel pada Brand Awareness **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.7 Hubungan antara Indikator dan Variabel pada Word of Mouth. **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.8 *Hubungan Indikator dan Variabel pada Purchase Intention* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.9 Model Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.10 Hasil Pengujian Model Dengan WarpPLS 5.0**Error! Bookmark not defined.**