

**PENGARUH TERPAAN PROMOSI PENJUALAN  
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GEMPIKOE.ID TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GEMPIKOE**

**SKRIPSI**



Oleh :

Tanty Fatmawati Sekarsari

NPM. 1543010042

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
SURABAYA  
2021**

**PENGARUH TERPAAN PROMOSI PENJUALAN  
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GEMPIKOE.ID TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GEMPIKOE**

Disusun Oleh:

**Tanty Fatmawati Sekarsari**

**NPM : 1543010042**

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

**Pembimbing Utama**



**IR. H. DIDIEK TRANGGONO, M.Si**

**NIP. 19581225 199001 1001**

Mengetahui,

**DEKAN**



**Dr. Drs. Ec. GENDUT SUKARNO, M.S, CHRA**

**NIP. 19590701 198703 1001**

**PENGARUH TERPAAN PROMOSI PENJUALAN  
DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GEMPIKOE.ID TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN GEMPIKOE**

Oleh:

**TANTY FATMAWATI SEKARSARI**  
NPM : 1543010042

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Pada tanggal 17 April 2021

Pembimbing Utama



**IR. H. DIDIEK TRANGGONO, M.Si**  
NIP. 19581225 199001 1001

Tim Penguji

1. Ketua



**Dra. SUMARDJIJATI, M.Si**  
NIP. 19620323 199309 2001

2. Sekretaris



**IR. H. DIDIEK TRANGGONO, M.Si**  
NIP. 19581225 199001 1001

3. Anggota



**RIRIN PUSPIYA TUTIASRI, I.Kom,**  
**M.Med.Kom**  
NPT. 389041304301

Mengetahui,  
D E K A N



**Dr. Drs. Ec. GENDUT SUKARNO, M.S, CHRA**  
NIP. 19590701 198703 1001

## Abstrak

### **TANTY FATMAWATI SEKARSARI, PENGARUH TERPAAN PROMOSI PENJUALAN DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GEMPIKOE.ID TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GEMPIKOE**

Penelitian ini membahas tentang pengaruh terpaan promosi penjualan di media sosial instagram @gempikoe.id terhadap keputusan pembelian gempikoe. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisa regresi linier berganda. Objek penelitian ini ialah postingan instagram di akun resmi gempikoe yaitu @gempukoe.id yang berisikan informasi mengenai diskon, hadiah promosi, dan kontes berhadiah. Sedangkan, subjek penelitian ini ialah followers akun resmi gempikoe yaitu @gempukoe.id. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 100 orang responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan promosi penjualan di media sosial instagram @gempikoe.id memiliki pengaruh sebesar 6,4% terhadap keputusan pembelian gempikoe. Sehingga hipotesis diterima, yaitu frekuensi dan durasi memiliki pengaruh sebesar 6,4% terhadap keputusan pembelian yang memiliki indikator, *attention, interest, desire, dan action*.

Kata Kunci : Terpaan promosi penjualan, Instagram, Keputusan pembelian

## *Abstract*

### **TANTY FATMAWATI SEKARSARI, THE EFFECT OF SALES PROMOTION EXPOSURE IN INSTAGRAM @ GEMPIKOE.ID SOCIAL MEDIA ON GEMPIKOE PURCHASE DECISIONS**

*This study discusses the effect of sales promotion exposure on social media Instagram @ gempikoe.id on gempikoe purchasing decisions. This study uses a quantitative approach with multiple linear regression analysis methods. The object of this research is the Instagram post on the official gempikoe account, namely @ gempukoe.id which contains information about discounts, promotional prizes, and prize contests. Meanwhile, the subject of this research is the followers of the official gempikoe account, namely @ gempukoe.id. Primary data collection in this study using a questionnaire given to 100 respondents. The results showed that exposure to sales promotions on social media Instagram @ gempikoe.id had a 6.4% influence on gempikoe purchasing decisions. So that the hypothesis is accepted, namely frequency and duration have an influence of 6.4% on purchasing decisions that have indicators, attention, interest, desire, and action.*

*Keywords : Exposure to sales promotions, Instagram, purchase decisions*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Promosi Penjualan Di Media Sosial Instagram @Gempikoe.Id Terhadap Keputusan Pembelian Gempikoe” dapat terselesaikan dengan baik. Tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) bagi mahasiswa program S-1 di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu saya menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materil baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Dr. Drs. EC. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
3. Ibu Dr. Yuli Candrasari, S.Sos M. selaku Koordinator Bidang Studi Ilmu Komunikasi
4. Bapak H. Didiek Tranggono, IR, MSI selaku dosen pembimbing yang meluangkan waktu kepada penulis dalam rangka penyelesaian skripsi.

5. Teristimewa Kedua orang tua saya Alm. Suhardjo S.Pd dan Hj, Ninik Setyowati S.Psi serta adik saya Hasby Syah Mujahiddin Illa Falasthin yang selalu mendoakan dan mendukung saya baik secara moril maupun materil,
6. Sahabat saya Syahnia, Ila dan anak-anak Skyent yang selalu menyemangati dan membantu penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat saya Nur Rochmania yang selalu membantu dan mendampingi penulis dengan tulus untuk menyelesaikan pengerjaan skripsi
8. Sahabat saya Savira, Eva, dan Tri yang memberikan dukungan kepada penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.
9. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2015, teman-teman di luar kampus UPN “Veteran” Jawa Timur serta teman-teman sosial media yang selalu mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terrima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis sangat berharap bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan menambah pengetahuan bagi kita semua.

Surabaya, 06 April 2021

Penulis

Tanty Fatmwati Sekarsari

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1. Komunikasi Pemasaran.....	9
2.2.1.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	9
2.2.1.2. Bauran Pemasaran.....	12
2.2.2. Promosi Penjualan.....	14
2.2.2.1. Pengertian Promosi Penjualan.....	14
2.2.2.2. Dimensi Promosi Penjualan.....	15
2.2.2.3. Tujuan Promosi Penjualan.....	17
2.2.3 Terpaan Media(Media <i>Exposure</i> ).....	17
2.2.4 Media Sosial ( <i>Social Media</i> ).....	20
2.2.4.1 Jenis Media Sosial.....	21
2.2.4.2 Media Sosial Instagram.....	22
2.2.5. Promosi Penjualan di instagram @gempikoe.id.....	25
2.2.6. Keputusan Pembelian.....	28
2.2.5.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2.2.5.4. Teori AIDA Dalam Keputusan Pembelian.....	29
2.3 Kerangka Berpikir.....	30
2.4 Hipotesis.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
3.2.1 Definisi Operasional Promosi Penjualan Di Instagram @gempikoe.id (Variabel Bebas atau Variabel X).....	35
3.2.2 Definisi operasional Keputusan Pembelian Gempikoe (Variabel Terikat atau Variabel Y).....	36
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	39

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	41
3.4 Pengumpulan Data .....	42
3.5 Analisis Data .....	43
3.5.1 Uji Instrumen .....	43
3.5.1.1 Uji Validitas.....	44
3.5.1.2 Uji Realibilitas .....	45
3.5.2 Uji Regresi Linear Berganda.....	46
3.5.3. Uji Hipotesis.....	47
3.5.4 Koefisien Determinasi (Uji R).....	48
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Gambaran obyek penelitian dan penyajian data .....	49
4.1.1 Gambaran obyek penelitian .....	49
4.1.2 Penyajian data.....	51
4.1.2.1 Karakteristik responden .....	52
4.1.2.2. Deskripsi Variabel Terpaan Promosi Penjualan (X).....	54
4.1.2.3. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian Gempikoe (Y).....	56
4.2 Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	69
4.2.1 Uji validitas instrumen .....	69
4.2.2 Uji reliabilitas instrumen .....	70
4.2.3 Analisis regresi linier berganda .....	70
4.2.4 Pengujian hipotesis.....	72
4.2.4.1 Uji parsial (Uji T) .....	72
4.2.4.1 Uji Simultan (Uji F).....	74
4.2.5 Koefisien Determinasi.....	75
4.3. Pembahasan.....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>91</b>



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Model AIDA.....	30
Tabel 2.2. Kerangka Berpikir .....	32
Tabel 4.1 Usia Responden .....	52
Tabel 4.2 Pendidikan Terakhir Responden.....	53
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	54
Tabel 4.4 Frekuensi Melihat postingan instagram @gempikoe.id.....	55
Tabel 4.5 Durasi melihat postingan instagram @gempikoe.id .....	56
Tabel 4.6 Attention diskon di instagram @gempikoe.id .....	57
Tabel 4.7 Attention hadiah di instagram @gempikoe.id .....	58
Tabel 4.8 Attention kontes berhadiah di instagram @gempikoe.id .....	59
Tabel 4.9 Interest diskon dalam pembelian gempikoe.....	60
Tabel 4.10 Interest hadiah promosi dalam pembelian gempikoe.....	61
Tabel 4.11 Interest hadiah saat memenangkan kontes.....	62
Tabel 4.12 Desire karena diskon dalam pembelian gempikoe.....	63
Tabel 4.13 Desire karena gantungan kunci dalam pembelian gempikoe....	64
Tabel 4.14 Desire karena hadiah dari kontes.....	65
Tabel 4.15 Action karena diskon dalam pembelian gempikoe.....	66
Tabel 4.16 Action karena hadiah dalam pembelian gempikoe.....	67
Tabel 4.17 Action karena hadiah dari kontes gempikoe.....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Vriabel Y.....	69
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y.....	70
Tabel 4.20 Output IBM SPSS Uji Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4.21 Output IBM SPSS Uji T.....	73
Tabel 4.22 Output IBM SPSS Uji F.....	74
Tabel 4.23 Koefisien Determinasi.....	76