

**PERAN AKTIVITAS INSTAGRAM BISNIS DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MEREK, CITRA MEREK,
DAN NIAT BELI PADA UMKM FURNITUREMU**

*THE ROLE OF BUSINESS INSTAGRAM ACTIVITIES IN
INCREASING BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, AND
PURCHASE INTENTION AT SME's FURNITUREMU*



Disusun oleh:

Sidiq Adi Prayoga

20200410420

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

**PERAN AKTIVITAS INSTAGRAM BISNIS DALAM
MENINGKATKAN KESADARAN MEREK, CITRA MEREK,
DAN NIAT BELI PADA UMKM FURNITUREMU**

***THE ROLE OF BUSINESS INSTAGRAM ACTIVITIES IN
INCREASING BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, AND
PURCHASE INTENTION AT SME's FURNITUREMU***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Sidiq Adi Prayoga

20200410420

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2023**

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Sidiq Adi Prayoga

Nomor Mahasiswa : 20200410420

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul:

“PERAN AKTIVITAS INSTAGRAM BISNIS DALAM MENINGKATKAN KESADARAN MEREK, CITRA MEREK, DAN NIAT BELI PADA UMKM FURNITUREMU” tidak terdapat penelitian yang pernah diajukan peneliti lain untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di perguruan tinggi, dan dalam pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau penelitian yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah skripsi ini yang telah tercantum di halaman daftar pustaka. Apabila terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain dalam penelitian ini maka saya bersedia naskah skripsi ini untuk dibatalkan.

Yogyakarta, 07 Desember 2023


Sidiq Adi Prayoga

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”(Q.S Al Baqarah: 286).

“"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan." (Q.S Al Insyirah: 5-6)

“Dan barang siapa yang bertakwa kepada Allah, niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya." (Q.S At-Talaq: 4)

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling banyak bermanfaat bagi manusia.”(HR. Ahmad)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa sukur yang mendalam

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk seluruh pihak yang sudah memberikan support, dukungan, dan motivasi yang tidak henti hingga skripsi ini terselesaikan.

1. Untuk kedua orang tua saya Bapak dan Ibu yang telah memberikan segalanya dari yang langsung maupun tidak langsung, mereka juga yang telah memberikan motivasi dan semangat sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
2. Untuk saudara dan kerabat saya yang mendukung dan memberikan semangat untuk kelancaran penelitian ini.
3. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, do'a, dukungan, semangat dan hal-hal positif lainnya, sehingga dapat membantu penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini dengan lancar.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Peran Aktivitas Instagram Bisnis dalam Meningkatkan Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Niat Beli pada UMKM FurnitureMu”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan media sosial Instagram untuk dapat meningkatkan kesadaran merek, citra merek, dan niat beli sehingga dapat memberikan manfaat bagi perusahaan selain itu juga dapat membantu organisasi dalam melakukan evaluasi pengambilan keputusan dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak atas bantuan dan bimbingan mereka dalam menyelesaikan skripsi ini yaitu,

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ketua Program Studi Manajemen, Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. yang telah memberikan kemudahan selama penyusunan skripsi.
3. Ibu Dr. Siti Dyah Handayani, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.

4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik, rekomendasi, dan pengembangan penelitian tambahan sangat penting untuk tingkat kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 07 Desember 2023



Sidiq Adi Prayoga

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
C. Pengembangan Hipotesis.....	22
D. Model Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Objek dan Subjek Penelitian.....	30
B. Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
C. Jenis Data.....	32
D. Teknik Pengambilan Data.....	32
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
F. Uji Kualitas Instrumen.....	34
G. Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian	45
C. Hasil Uji Kualitas Instrumen	48
D. Hasil Penelitian dan Pengujian Hipotesis.....	51
E. Pembahasan	66
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	74
A. Simpulan.....	74
B. Keterbatasan Penelitian	76
C. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Lampiran Kuesioner.....	85
LAMPIRAN 2	Hasil Jawaban Responden.....	89
LAMPIRAN 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	103
LAMPIRAN 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	104
LAMPIRAN 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	104
LAMPIRAN 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Penghasilan	105
LAMPIRAN 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	105
LAMPIRAN 8	Hasil Uji Validitas	106
LAMPIRAN 9	Hasil Uji Reliabilitas	106
LAMPIRAN 10	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Aktivitas Instagram Bisnis	107
LAMPIRAN 11	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Kesadaran Merek	107
LAMPIRAN 12	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	107
LAMPIRAN 13	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli	107
LAMPIRAN 14	<i>Degree of Freedom</i>	108
LAMPIRAN 15	Hasil Uji Normalitas	108
LAMPIRAN 16	Hasil Uji <i>Outlier</i>	109
LAMPIRAN 17	<i>Goodness of Fit</i>	111
LAMPIRAN 18	Model Pengaruh Antar Variabel	111
LAMPIRAN 19	Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	112
LAMPIRAN 20	Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung.....	113

DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	19
TABEL 3. 1	Indikator Variabel.....	34
TABEL 3. 2	Kategori Jawaban Responden	37
TABEL 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
TABEL 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
TABEL 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	47
TABEL 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Penghasilan	47
TABEL 4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
TABEL 4. 6	Hasil Uji Validitas	49
TABEL 4. 7	Hasil Uji Reliabilitas	50
TABEL 4. 8	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Aktivitas Instagram Bisnis	51
TABEL 4. 9	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Kesadaran Merek	52
TABEL 4. 10	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	52
TABEL 4. 11	Tabel Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli	53
TABEL 4. 12	Degree of Freedom.....	56
TABEL 4. 13	Hasil Uji Normalitas	57
TABEL 4. 14	Hasil Uji Outlier	59
TABEL 4. 15	Goodness of Fit	62
TABEL 4. 16	Uji Hipotesis Pengaruh Langsung.....	63
TABEL 4. 17	Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	65

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 Bagan Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia Tahun 2014-2015	2
GAMBAR 1. 2 Bagan 10 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak di Dunia per Tahun 2023	3
GAMBAR 1. 3 Diagram Efektivitas Instagram sebagai Media Pemasaran Perusahaan.....	4
GAMBAR 2. 1 Model Penelitian	28
GAMBAR 4. 1 Diagram Jalur.....	54
GAMBAR 4. 2 Persamaan Struktural	55
GAMBAR 4. 3 Batas Outliers.....	58
GAMBAR 4. 4 Model Pengaruh Antar Variabel.....	63