

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ONLINE
DI BBO YOGYAKARTA**

(Studi Kasus Toko Buah Pada Akun @buahbaruonline)

Skripsi



Disusun oleh:

Marcella Kartika Chandra

20200220196

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

**PENGARUH KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ONLINE
DI BBO YOGYAKARTA**

(Studi Kasus Toko Buah Pada Akun @buahbaruonline)

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2024**

SURAT PERTANYAAN

Dengan ini saya menyatakan

1. Karya tulis saya yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Online Di Bbo Yogyakarta (Studi Kasus Toko Buah Pada Akun @buahbaruonline)”, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penilaian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dan saran dari tim pembimbing dan tim penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat secara sadar dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia untuk diperiksa dan menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Yogyakarta, 24 Juli 2024



Marcella Kartika Chandra

20200220296

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan, dan atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Online Di BBO Yogyakarta (Studi Kasus Toko Buah Pada Akun @buahbaruonline)**” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Salam dan shalawat semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabil Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa kesungguhan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga serta penghargaan yang tulus kepada:

1. Allah SWT atas segala yang telah diberikan dan diridhoi.
2. Bapak Dr. Ir Widodo, M.P. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan saran, serta kepercayaan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Cahyo Wisnu Rubiyanto, S.P., M.App.Sc., Ph.D. dan Bapak Dr. Triyono, S.P., M.P. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritis dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu dr. Fristina Indah Prapitasari selaku owner BBO, Ibu Ida, dan seluruh karyawan BBO yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian dan telah menyediakan data sehingga dapat digunakan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, dan motivasi. Khususnya kepada Ibu Komsah selaku ibu dari penulis dan Bapak Romyani selaku kakek dari penulis yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang, pengorbanan, serta nasihat yang tak ternilai

harganya. Dukuran moral maupun material yang diberikan selama ini sungguh sangat berarti dalam perjalanan pendidikan penulis. Juga kepada almarhum Ayah yang walaupun raganya sudah tiada, *please see that your first child is all grown up.*

6. Laurent Valencia dan Jhouan Aditya selaku adik dari penulis yang selalu memberikan semangat dan keceriaan.
7. Dian Kumaladin, Farah Azheliya, Marsha Delisha, Salsabila Widiandita, Deaajeng Maharani, Ivan Fahrudin selaku sahabat penulis yang telah berbagi rasa suka duka, memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama ini.
8. Seluruh member NCT yang selalu memberikan hiburan melalui konten dan lagu-lagunya yang telah menemani hari-hari penulis selama ini, terkhususnya Haechan dan Jaehyun.
9. Teman – teman Agribisnis D 2020, KKN 174, tim FA, dan rekan – rekan mahasiswa yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah yang telah berpartisipasi dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.
10. *Last, but not least. I wanna to thank me. I wanna to thank me for trusting me. I wanna to thank everyone who did this hard work. I wanna to thank me for not having a day off. I wanna to thank me for never quitting. I wanna to thank me for just being me all the times.*

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, terima kasih.

Yogyakarta, 24 Juli 2024



Marcella Kartika Chandra

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	5
C. Kegunaan penelitian.....	5
II. KERANGKA PENDEKATAN TEORI	6
A. Tinjauan Pustaka	6
1. Komunikasi Pemasaran.....	6
2. Media Sosial.....	10
3. Perilaku Konsumen	16
4. Keputusan Pembelian.....	18
B. Kerangka Pemikiran.....	26
C. Hipotesis.....	28
III. METODE PENELITIAN	29
A. Penentuan Lokasi dan Teknik Pengambilan Sampel	29
1. Penentuan Lokasi	29
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	29
B. Jenis dan Teknik Pengambilan Data	30
1. Data Primer	30
2. Data Sekunder	31
C. Pembatasan Masalah	32
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
E. Teknik Analisis Data.....	40
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	40
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	42

3.	Pengujian Hipotesis.....	43
4.	Model Struktural Penelitian	43
IV.	KEADAAN UMUM PERUSAHAAN.....	45
A.	Sejarah Perusahaan.....	45
B.	Produk, Harga, dan Layanan Perusahaan.....	47
C.	Strategi Pemasaran	50
V.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
A.	Deskripsi Responden Penelitian.....	56
B.	Analisis Deskriptif	56
1.	Karakteristik Responden	56
2.	Statistik Deskriptif	62
C.	Analisis Outer Model	67
1.	Uji Validitas	67
2.	Uji Reliabilitas	74
D.	Analisis Inner Model.....	75
1.	Uji Koefisien Determinasi (R-Square).....	75
2.	Uji Predictive Relevance (Q^2).....	76
3.	Goodness of Fit (GoF)	77
E.	Pengujian Hipotesis.....	77
1.	Pembahasan.....	80
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	82
A.	Kesimpulan	82
B.	Saran.....	82
	DAFTAR PUSTAKA	84
	LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Table 1. Hasil Penyebaran Kuesioner Kepada Followers BBO.....	31
Table 2. Kriteria Skor Skala Likert	34
Table 3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
Table 4. Hasil Penjualan Periode Juli 2023 - Januari 2024.....	53
Table 5. Tingkat Pengembalian Kuesioner (response rate)	56
Table 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Table 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Table 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Table 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	58
Table 10. Aktivitas Responden Pada Media Sosial Pribadi.....	59
Table 11. Aktivitas Responden Pada Media Sosial BBO	60
Table 12. Waktu Terakhir Pembelian Responden.....	60
Table 13. Jumlah Pembelian Terakhir	61
Table 14. Produk Yang Dibeli Responden.....	61
Table 15. Statistik Deskriptif Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial	65
Table 16. Statistik Deskriptif Perilaku Konsumen Dalam Pembelian	66
Table 17. Outer Model Setelah Outlier ke 2 atau Variabel Yang Sudah Valid	70
Table 18. Nilai AVE Pada Validitas Diskriminan Variabel Komunikasi Pemasaran Media Sosial dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian.....	72
Table 19. Nilai Cross Loading Pada Validitas Diskriminan Variabel Komunikasi Pemasaran Media Sosial dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian	73
Table 20. Hasil Uji Reabilitas Variabel Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian	75
Table 21. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square) Variabel Perilaku Konsumen Dalam Pembelian	75
Table 22. Hasil Perhitungan Goodness of Fit Variabel Komunikasi Pemasaran Media Sosial dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian.....	77
Table 23. Hasil Pengujian Hipotesis Variabel Komunikasi Pemasaran Media Sosial dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Followers 7 Akun Instagram Toko Buah di Yogyakarta.....	2
Gambar 2. Jumlah Followers 7 Akun TikTok Toko Buah di Yogyakarta.....	2
Gambar 3. Data Penjualan BBO Bulan Juli 2023 - Maret 2024	4
Gambar 4. Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian	23
Gambar 5. Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 6. Model Struktur Jalur Penelitian (SmartPLS 4.0)	44
Gambar 7. Akun Instagram BBO.....	45
Gambar 8. Akun Instagram BBO Solo & Boyolali, Magelang, dan Semarang....	46
Gambar 9. Produk-produk yang tersedia di BBO	47
Gambar 10. Produk Parcel BBO Edisi Ramadhan.....	48
Gambar 11. Kemasan Produk BBO	48
Gambar 12. Harga Produk BBO Pada Website	49
Gambar 13. Promosi Layanan BBO.....	50
Gambar 14. Promosi Instagram BBO	51
Gambar 15. Sales Promosi dan Public Relation BBO	51
Gambar 16. Website Pembelian BBO.....	52
Gambar 17. Insight Instagram BBO Pada 30 Hari Terakhir 1	53
Gambar 18. Insight Instagram BBO Pada 30 Hari Terakhir 2.....	54
Gambar 19. Insight Instagram BBO Pada 30 Hari Terakhir 3.....	54
Gambar 20. Akun TikTok BBO.....	55
Gambar 21. Hasil Outer Model Variabel Komunikasi Pemasaran Media Sosial dan Perilaku Konsumen Dalam Pembelian.....	68
Gambar 22. Hasil Outer Model Setelah Outlier ke 2 atau Variabel Yang Sudah Valid.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bentuk pengiriman kuesioner kepada followers BBO	86
Lampiran 2. Tabel hasil outer model sebelum eliminasi pada gambar 21	87
Lampiran 3. Tabel hasil outer model setelah eliminasi 1.....	88
Lampiran 4. Model struktural dari hasil outer model setelah eliminasi 1.....	90
Lampiran 5. Kuesioner Penelitian.....	91