



**Judul Skripsi :**

**Pengaruh Daya Tarik Iklan Point Coffee Di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

**Fikry Ferdiansyah**

**1410411013**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA





**“Pengaruh Daya Tarik Iklan Point Coffee Di Media Sosial Instagram Terhadap  
Keputusan Pembelian”**

**Skripsi**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fikry Ferdiansyah**

**1410411013**

**ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA  
2021**

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar :

Nama : Fikry Ferdiansyah

NRP : 1410411013

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 21 Juni 2021

(Fikry Ferdiansyah)

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh

Nama : Fikry Ferdiansyah  
NIM : 1410411013  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Periklanan  
Judul : **“Pengaruh Daya Tarik Iklan Point Coffee Di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian”**

Telah berhasil dipertahakan di hadapan penguji dan diterima sebagai syarat yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Lukman Saleh Waluyo, S.I.Kom.M.Si,

Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos.M.Si.

Ketua Program Studi

Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si

Ditetapkan : Jakarta  
Tanggal : 21 Juli 2021

### KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat yang telah diberikan, penulis sehingga penulis dapat penelitian skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang berjudul **“Pengaruh Daya Tarik Iklan Point Coffee Di Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian”** ini dengan sebaik mungkin. Selama penulisan dan penyusunan penelitian, penulis mendapatkan bimbingan serta bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan rasa terima kasih antara lain kepada:

- 1) Allah SWT
- 2) Kepada Orangtua penulis, yang telah memberikan dukungan kepada penulis
- 3) Dr. R. Dudy Heryadi, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 4) Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 5) Dra. Hermina Manihuruk, MM selaku Pembimbing Akademik.
- 6) Lukman Saleh Waluyo, S.I.Kom.M.Si selaku Pembimbing Utama Skripsi.
- 7) Garcia Krisnando Nathanael, S.Sos.M.Si selaku Pembimbing Pendamping Skripsi.
- 8) Teman - teman Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu saya dalam pembuatan laporan ini.
- 9) *Followers Instagram @PointCoffeeid* yang telah bersedia untuk menjawab kuesioner penelitian.

Peneliti

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fikry Ferdiansyah  
NRP : 1410411013  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**“PENGARUH DAYA TARIK IKLAN POINT COFFEE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang menyatakan

(Fikry Ferdiansyah)

**“PENGARUH DAYA TARIK IKLAN POINT COFFEE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN”**

**Fikry Ferdiansyah**

**ABSTRAK**

Saat ini kopi menjadi salah satu minuman yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Minum kopi ini pun muncul sebagai salah satu kebutuhan yang tidak terlewatkan dalam kehidupan banyak orang terutama para pecinta kopi. Kopi itu sendiri telah berkembang tidak hanya sebagai pemenuh kebutuhan para pecinta kopi saja melainkan muncul sebagai gaya hidup. Meningkatnya permintaan akan kopi memancing munculnya berbagai merek dan kedai kopi di sekitar masyarakat. Salah satunya adalah Point Coffee yang turut serta di dalamnya. Karena banyaknya kompetitor maka diperlukan beriklan agar dapat bersaing dengan yang lainnya. Point Coffee menggunakan *Instagram* sebagai media untuk beriklan. Diharapkan dengan adanya iklan Point Coffee di *Instagram* dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah survey. Populasi penelitian ini adalah *followers Instagram @PointCoffeeid* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengujian data menggunakan program *SPSS* versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi dari variabel X dengan variabel Y sebesar 0,417. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 17,4%. Dengan demikian dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Kata Kunci :** Kopi, Gaya Hidup, Daya Tarik Iklan, Keputusan Pembelian

**“THE IMPACT OF POINT COFFEE'S ADVERTISING APPEAL ON INSTAGRAM SOCIAL MEDIA TO PURCHASING DECISIONS”**

**Fikry Ferdiansyah**

**ABSTRACT**

Nowadays coffee is one of the drinks that are often consumed by the people of Indonesia. Drinking coffee has also emerged as one of the unrewithable needs in the lives of many people, especially coffee lovers. Coffee itself has developed not only as a necessity for coffee lovers but also as a lifestyle. The increasing demand for coffee provoked the emergence of various brands and coffee shops around the community. One of them is Point Coffee which participates in it. Because of the large number of competitors, it is necessary to advertise in order to compete with others. Point Coffe uses Instagram as a medium for advertising. It is expected that point coffee ads on Instagram can influence purchasing decisions. This research was conducted using quantitative approach. The research method used is survey. The population of this study is Instagram followers @PointCoffeoid with a sample number of 100 respondents. Data testing techniques using SPSS version 21 programs. The results of this study showed that the correlation of variable X with variable Y was 0.417. Based on the results of the calculation of coefesien determination obtained the result of the influence of variable X on variable Y by 17.4%. Thus it can be concluded H0 was rejected and Ha accepted.



**Keywords : Coffee, Lifestyle, Advertising Appeal, Purchasing Decisions**

## **DAFTAR ISI**

PERNYATAAN ORISINALITAS	2
LEMBAR PENGESAHAN	3
KATA PENGANTAR	4
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
ABSTRAK	6
ABSTRACT	7
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	13
<b>BAB I</b>	
1.1 Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.5 Sistematika Penulisan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II</b>	
2. 1 Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2. 2 Konsep-Konsep Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1 Komunikasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2 Komunikasi Persuasif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.2.3 Iklan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.4 Media Baru ( <i>New Media</i> ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.5 Media Sosial.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.6 Media Instagram.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.7 Daya Tarik Iklan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.8 Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Teori Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 Teori <i>Stimulus Organism Response</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Kerangka Berpikir.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5 Hipotesis Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III</b>	
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Jenis Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Metode Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Populasi dan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1 Populasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2 Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5 Teknik Penarikan Sampel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1 Data Primer .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2 Data Sekunder .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7 Operasional Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8 Teknik Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.2 Uji Korelasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.8.3 Koefisien Determinasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.4 Uji Regresi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.5 Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9 Waktu dan Tempat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.1 Waktu Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.2 Tempat Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

#### BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1 Sejarah Point Coffee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Hasil Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1 Karakteristik Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2 Analisis Dimensi Variabel X (Daya Tarik Iklan).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3 Analisis Dimensi Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.4 Uji Korelasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.5 Uji Regresi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.6 Koefisien Determinasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.7 Uji Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3 Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

#### BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Saran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1 Operasional Variabel X</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Tabel 2 Operasional Variabel Y</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Tabel 3 Skala Likert</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Tabel 4 Uji Validitas Variabel X Pretest</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Tabel 5 Uji Validitas Variabel Y pretest</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Tabel 6 Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Tabel 7 Uji Reliabilitas Variabel X Pretest</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Tabel 8 Uji Reliabilitas Variabel Y Pretest</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Tabel 9 Waktu Penelitian</b> .....	Error! Bookmark not defined.

**Tabel 10 Jenis Kelamin Responden.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 11 Usia Responden .....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 12 Pekerjaan Responden .....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 13 Pernyataan 1 .....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 14 Pernyataan 2.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 15 Pernyataan 3.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 16 Penilaian Variabel X (Daya Tarik Iklan).....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 17 Pernyataan 1.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 18 Pernyataan 2.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 19 Pernyataan 3.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 20 Pernyataan 4.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 21 Pernyataan 5.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 22 Pernyataan 6.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 23 Pernyataan 7.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 24 Pernyataan 8.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 25 Pernyataan 9.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 26 Pernyataan 10.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 27 Penilaian Variabel Y (Keputusan Pembelian).....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 28 Uji Korelasi.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 29 Uji Regresi.....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 30 Hasil Analisis Determinasi .....** Error! Bookmark not defined.

**Tabel 31 Hasil Uji Hipotesis.....Error! Bookmark not defined.**

## **DAFTAR GAMBAR**

**gambar 1 Jumlah Konsumsi Kopi Di Indonesia .....Error! Bookmark not defined.**

**gambar 2 Pengguna Media Sosial .....Error! Bookmark not defined.**

**gambar 3 Media Sosial Paling Aktif .....Error! Bookmark not defined.**

**gambar 4 Instagram Point Coffee Indonesia.....Error! Bookmark not defined.**

***gambar 5 Model Teori SOR.....Error! Bookmark not defined.***

**gambar 6 Jumlah followers Point Coffee Indonesia di media sosial Instagram .....Error!  
Bookmark not defined.**

**gambar 7 Logo Point Coffee .....Error! Bookmark not defined.**