

Judul Skripsi :

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN
CONTURE**

(Studi Pengaruh Mengenai konten di *feed* Instagram

@Contureconcretelab)

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

Nama : Muhammad Hujjatul Ihram

NIM : 1810411147



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Hujjatul Ihram

NIM : 1810411147

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari Skripsi saya terbukti melakukan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi Ujian Skripsi saya dibatalkan.

Demikian, pernyataan saya tandatangani sebagai bentuk etika akademik di UPN Veteran Jakarta.

Jakarta, 19 Juli 2023



Muhammad Hujjatul ihram

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Muhammad Hujjatul Ihram

NIM : 1810411147

Fakultas : Ilmu Sosial & 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 saya yang berjudul:

Pengaruh Konten Media Sosial Instagram Conture Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan.

Dengan Hak Bebas Royalti ini, universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak mengalih media/memformatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi skripsi saya selama tetap mencantumkan saya sebagai penulis dan pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Bekasi, 30 Juli 2023

Yang menyatakan,



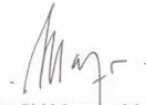
M. Hujjatul Ihram

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : M. Hujjatul Ihram
NIM : 1810411147
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Ramah Lingkungan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dra Siti Maryam, M.Si)

Penguji 1



(Dr Witanti Prihatiningsih M. I.Kom)

Penguji 2
an. terpetli



(Dian Tri Hapsari, M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Azwar, S.S., M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 4 Juli

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : M. Hujatul Hiram
NIM : 1810411147
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh konten Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Rumah tinggal

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal 6X dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **SKRIPSI** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing

- Mgs -
(Siti Maryam...)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

KATA PENGANTAR

Atas berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa penelitiann tentang Pengaruh Konten Media sosial Instagram Terhadap keputusan Pembelian produk ramah Lingkungan Conture berhasil diselesaikan. Puji dan syukur tidak berhenti penulis panjatkan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya untuk Orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendukung selama proses penelitian baik berupa dukungan materil maupun moril. Lalu untuk semua pihak yang telah membantu penelitian ini. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak luput dari adanya kekurangan. Maka dari itu, penulis memohon maaf untuk setiap kekurangan dan kesalahan yang terdapat pada penelitian ini.

Juga adanya bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dengan tulus kepada:

1. Dr. S Bekti Istiyanto, M.Si, selaku Dekan FISIP UPN Veteran
2. Dr. Firia Ayuningtyas, M.Si Selaku Wakil Dekan FISIP UPN Veteran
3. Pak Azwar, S.S., M.Si selaku Kepala Program Studi.
4. Bu Siti Mariam dan Bu Dian Tri Hapsari. selaku dosen pembimbing atas segala bimbingan, arahan, Serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik
5. Teman-teman UKM Parhy Arina, Adella, Cabe, Otan, Fahri, Anggita, Nabila, Wanda, Banthong, Figo, yang paling disayang walau saling susah ketemu.
6. Teman-teman KOTAB Dhiaz, Putra, Fabio, Paul, Ajie, Radit, Rakha, Arga, Faris, Akbar, Wanda, Dege, Dhika, Iqbal, Marchel, John yang telah menemani dan mewarnai masa-masa kuliah penulis.
7. Teman satu kamar kosan, Radit dan Aji yang dari maba hingga akhir kuliah masih selalu bersama.
8. teman-teman SMA Raihan, Seno, Laurent, Albet, Dava, Abeng, Joy, Tio, Bobi, Itoz, Sarah, Icha, Christine, Trice, Devira, Keke, Sheila, Alma, Lili, Boim, Akbar yang hingga saat ini masih selalu disamping penulis dan

memberikan semangat hidup

9. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, yang selalu mendukung, mendoakan, dan juga membantu penulis dalam menyusun Skripsi ini.

Dengan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Maka dari itu, penulis terbuka dan menghargai dengan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat demi menambah pengetahuan tentang Pengaruh Konten Media sosial Instagram Terhadap keputusan Pembelian produk ramah Lingkungan Conture bagi seluruh pembacanya.

**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK RAMAH
LINGKUNGAN CONTURE**

**(Studi Pengaruh Mengenai konten di *feed* Instagram
@Contureconcretelab)**

Muhammad Hujjatul Ihram

ABSTRAK

Perubahan perilaku konsumen akan kesadaran dampak produk yang mereka gunakan, membuat meningkatnya permintaan pasar akan produk yang terbuat dari bahan ramah lingkungan. Di zaman modern ini media sosial menjadi salah satu wadah yang memberikan pengaruh terhadap perilaku masyarakat. Instagram dalam hal ini jadi salah satu aplikasi media sosial yang juga banyak memberikan pengaruh terhadap perilaku masyarakat. Salah satu perusahaan yang mulai konsisten menciptakan produk ramah lingkungan adalah Conture. Merupakan perusahaan studio desain asal Bandung yang memperkenalkan produk material dengan bahan dasar serat kayu hasil daur ulang limbah puntung rokok. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori *Cognitive responsel*. lalu untuk Jenis data kuantitatif yang digunakan adalah penelitian eksplanatori yang dimana merupakan jenis penelitian yang dilakukan dengan tujuan memahami dampak dari perubahan. Besar data pengaruh pengaruh dari Konten Sosial Media Instagram @contureconcretelab Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ramah Lingkungan Conture yang terbuat dari Pemanfaatan Sampah Puntung Rokok adalah sebesar 50%, sementara sisa persentasenya yaitu 50% yang berasal dari faktor luar.

Kata Kunci : Produk ramah Lingkungan, Perilaku Konsumen, Media sosial, Instagram, Conture

PURCHASE DECISION OF CONTURE ENVIRONMENT FRIENDLY PRODUCTS

**(Influence Study Regarding content on Instagram feed
@Contureconcretelab)**

Muhammad Hujjatul Ihram

ABSTRACT

Changes in consumer behavior towards awareness of the impact of the products they use have resulted in increased market demand for products made from environmentally friendly materials. In this modern era, social media has become one of the platforms that influence people's behavior. Instagram in this case is one of the social media applications that also has a lot of influence on people's behavior. One company that consistently creates environmentally friendly products is Conture. Is a design studio company from Bandung that introduces material products with the basic ingredients of wood fiber from recycled cigarette butts. In this study, the authors used Cognitive Response theory. then for the type of quantitative data used is explanatory research which is a type of research conducted with the aim of understanding the impact of change. The amount of influence data from Instagram Social Media Content @contureconcretelab on Purchase Decisions for Conture Environmentally Friendly Products made from Utilizing Cigarette Butts Waste is 50%, while the remaining percentage is 50% which comes from external factors.

Keywords: Environmentally friendly products, Consumer Behavior, Social media, Instagram, Conture

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	6
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR TABEL	13
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Konsep Penelitian	14
2.2 Teori Penelitian.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.3. Hipotesis	29
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Objek Penelitian.....	30
3.2 Jenis Penelitian	31
3.4 Sumber Data	34
3.6 Teknik Analisis Data	38
3.7 Uji Validitas.....	39
3.8 Uji Realibitas	41
3.9 Uji Korelasi.....	43
3.10 Analisis Koefisien Determinasi	43
3.11 Uji F.....	44
3.12 Uji Hipotesis	44
3.13 Tabel Rencana Waktu	45

BAB IV	46
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Karakteristik Responden.....	46
4.1.5 Uji Korelasi.....	66
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi	67
4.1.7 Uji F.....	68
4.1.8 Uji Hipotesis	69
4.2 Pembahasan.....	69
BAB V	77
PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
Lampiran Permintaan Pengikutsertaan Sampel	88
Lampiran Kuesioner Penelitian	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia.....	
Gambar 1.2	Instagram Conture	6
Gambar 1.3	Highlight <i>Intagram</i> Conture “ <i>Cigarette Butt</i> ”	
Gambar 1.4	Instagram <i>post</i> Conture.....	7
Gambar 1.5	Instagram <i>post</i> Conture.....	8

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Uji Validitas Variabel X	40
Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Y	40
Tabel 3. 3 Uji Realibel Variabel X.....	42
Tabel 3. 4 Uji Realibel Variabel Y.....	42
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	47
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	47
Tabel 4. 4 Pernyataan Mengikuti akun Instagram @contureconcretelab	
Tabel 4. 5 Pernyataan Mengetahui produk Conture <i>waste material made from cigarette butt</i> (produk ramah lingkungan conture yang terbuat dari material hasil pemanfaatan sampah puntung rokok)	
Tabel 4. 6 Pertanyaan 1 : Isi Konten dari <i>feed</i> Instagram @contureconcretelab mudah untuk diingat.....	48
Tabel 4. 7 Pertanyaan 2 : Konten dari <i>feeds</i> @contureconcretelab mampu menjelaskan produk Conture mana saja yang terbuat dari pemanfaatan puntung rokok	49
Tabel 4. 8 Pertanyaan 3 : Isi konten dari <i>feeds</i> @contureconcretelab mampu mengedukasi saya untuk mengerti apa itu produk Conture <i>waste material made from cigarette butt</i> (produk ramah lingkungan conture yang terbuat dari material hasil pemanfaatan sampah puntung rokok)	50
Tabel 4. 9 Pertanyaan 4 : Isi konten dari <i>feeds</i> @contureconcretelab mampu memenuhi kebutuhan saya untuk mengenal produk Conture <i>waste material made from cigarette butt</i> (produk ramah lingkungan conture yang terbuat dari material hasil pemanfaatan sampah puntung rokok)	51
Tabel 4. 10 Pertanyaan 5 : Konten <i>feeds</i> dari @contureconcretelab memiliki isi yang informatif.....	51
Tabel 4. 11 Pertanyaan 6 : Saya mempercayai isi konten dari <i>feeds</i> Instagram @contureconcretelab.....	52

Tabel 4. 12 Pertanyaan 7 : Isi konten dari <i>feeds</i> Instagram @contureconcretelab relevan dengan kebutuhan saya	53
Tabel 4. 13 Pertanyaan 8 : Konten dari <i>feeds</i> Instagram @contureconcretelab membantu saya dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk <i>Conture waste material made from cigarette butt</i> (produk ramah lingkungan conture yang terbuat dari material hasil pemanfaatan sampah puntung rokok)	53
Tabel 4. 14 Pertanyaan 9 : Konten dari <i>feeds</i> Instagram @contureconcretelab bermanfaat bagi kehidupan	54
Tabel 4. 15 Pertanyaan 10 : Konten dari <i>feeds</i> Instagram @contureconcretelab bermanfaat bagi lingkungan	55
Tabel 4. 16 Pertanyaan 11 : Konten dari <i>feeds</i> Instagram @contureconcretelab mampu memenuhi kebutuhan masyarakat	55
Tabel 4. 17 Pertanyaan 12 : Konten dari <i>feeds</i> Instagram @contureconcretelab sesuai dengan kode etik dan tidak dimanipulasi	56
Tabel 4. 18 Pertanyaan 13 : Konten dari <i>feeds</i> Instagram @contureconcretelab memiliki desain yang menarik	57
Tabel 4. 19 Pertanyaan 14 : Konten dari <i>feeds</i> Instagram @contureconcretelab menyajikan hal terbaru mengenai <i>brand</i> Conture.....	57
Tabel 4. 20 Pertanyaan 15 : Instagram @contureconcretelab konsisten dalam mengunggah konten <i>feeds</i> -nya	58
Tabel 4. 21 Pertanyaan 2 : saya mendapatkan informasi mengenai produk <i>Conture waste material made from cigarette butt</i> dari <i>E-commerce</i> (toko online)	60
Tabel 4. 22 Pertanyaan 3 : Saya mendapatkan informasi mengenai produk <i>Conture waste material made from cigarette butt</i> dari konsumen Conture	60
Tabel 4. 23 Pertanyaan 4 : Sebelum membeli produk <i>Conture waste material made from cigarette butt</i> saya mencari informasi dari Instagram	61
Tabel 4. 24 Pertanyaan 5 : Saya membuat alternatif produk lainnya sebelum membeli produk <i>Conture waste material made from cigarette butt</i>	62

Tabel 4. 25 Pertanyaan 6 : Saya memutuskan membeli produk Conture <i>waste material made from cigarette butt</i> setelah membandingkan produk conture dengan produk ramah lingkungan lainnya	62
Tabel 4. 26 Pertanyaan 7 : Saya memutuskan membeli produk Conture <i>waste material made from cigarette butt</i> karena kualitas bagus	63
Tabel 4. 27 Pertanyaan 8 : Saya memutuskan membeli produk Conture <i>waste material made from cigarette butt</i> karena harga yang sesuai	64
Tabel 4. 28 Pertanyaan 9 : Saya memutuskan membeli produk Conture <i>waste material made from cigarette butt</i> karena tertarik akan konten Instagram @contureconcretelab.....	64
Tabel 4. 29 Pertanyaan 10 : Saya memutuskan membeli produk Conture <i>waste material made from cigarette butt</i> karena kebutuhan.....	65
Tabel 4. 30 4.30 Uji Korelasi	66
Tabel 4. 31 Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 4. 32 4.32 Uji F	68
Tabel 4. 33 Uji Hipotesis	69