

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM #EZ
@BLUEBIRDBGROUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA JASA BLUEBIRD OLEH FOLLOWERS
@BLUEBIRDBGROUP**

SKRIPSI



Disusun Oleh :
Kristina Anindita Ensa Dewanti
NRP. 1423020134

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2023**

Skripsi

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM #EZ @BLUEBIRDBGROUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA BLUEBIRD OLEH
FOLLOWERS @BLUEBIRDBGROUP**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Kristina Anindita Ensa Dewanti

NRP. 1423020134

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA**

2023

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kristina Anindita Ensa Dewanti

NRP : 1423020134

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul

**"PENGARUH KONTEN INSTAGRAM #EZ @BLUEBIRDDGROUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA BLUEBIRD OLEH
FOLLOWERS @BLUEBIRDDGROUP"**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas maupun universitas.

Surabaya, 12 Januari 2024

Penulis,

A handwritten signature in blue ink is written over a red revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number '7696AKX757814501'.

Kristina Anindita Ensa D

NRP. 1423020134

HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

SKRIPSI

“PENGARUH KONTEN INSTAGRAM #EZ @BLUEBIRDBGROUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA BLUEBIRD OLEH FOLLOWERS @BLUEBIRDBGROUP”

Oleh:

Kristina Anindita Ensa Dewanti

NRP. 1423020134

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi

Pembimbing I : Theresia Intan Putri Hartiana S.Sos., M.I.Kom.

(.....)

NIDN. 0725058704

Pembimbing II : Brigitta Revia S. F., S.I.Kom.M.Med.Kom

(.....)

NIDN. 0715108903

Surabaya, 12 Januari 2024

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

pada:

Kamis, 4 Januari 2024

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Brigitta Revia S.F, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji :

1. Ketua : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0707078607

2. Sekretaris :Theresia Intan Putri Hartiana S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0725058704

3. Anggota : Dr. Nanang Krisdiantono, Drs., M.Si.

NIDN. 0726126602

4. Anggota : Brigitta Revia S.F, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Kristina Anindita Ensa Dewanti

NRP : 1423020134

Dengan ini SETUJU Karya Ilmiah saya, dengan judul ;

**”PENGARUH KONTEN INSTAGRAM #EZ @BLUEBIRDBGROUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA BLUEBIRD OLEH
FOLLOWERS @BLUEBIRDBGROUP”**

Untuk dipublikasikan / ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library
Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan
akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta yang berlaku.
Demikian surat pernyataan SETUJU publikasi Karya Ilmiah in saya buat dengan
sebenarnya.

Surabaya, 12 Januari 2024

Yang menyatakan,



Kristina Anindita Ensa D

NRP. 1423020134

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama dan utama peneliti ingin mengucapkan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus serta Bunda Maria atas berkat dan penyertaan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Tugas akhir ini bukan menjadi akhir tetapi menjadi gerbang awal untuk menyongsong masa depan. Segala kesempatan, perjuangan dan kerja keras dalam mengerjakan skripsi ini, peneliti persembahkan untuk sosok yang hilang tetapi tetap tersimpan di hati. Bukti bahwa seorang putri sulung dapat menyelesaikan semuanya dengan iringan doa dari surga. Dengan sepenuh hati, peneliti mempersembahkan karya ini untuk harapan dan mimpi kedua orang tua yang menjadikan anaknya seorang sarjana. Kesempatan 3,5 tahun yang sangat berharga, menjadi satu bab tersendiri dalam kisah ini, bertemu dengan rekan yang sevisi dan semisi menjadikan kita sosok yang mau berjuang dan pantang menyerah. Semoga kelak segala perjuangan dan pelajaran dapat berbuah manis.

Surabaya, 12 Januari 2024

Kristina Anindita E. D

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis saya haturkan kehadirat Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih, karunia dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal komunikasi yang berjudul "PENGARUH KONTEN INSTAGRAM #EZ @BLUEBIRDBGROUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA BLUEBIRD OLEH FOLLOWERS @BLUEBIRDBGROUP". Proposal ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Terselesaikannya proposal ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan uluran tangan dari pihak lain. Oleh sebab itu, kiranya peneliti mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria atas cinta dan karunia-Nya sehingga diizinkan untuk berkuliah dan menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Kepada Papa terima kasih untuk segala doa, dukungan dan motivasi sehingga proposal ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.
3. Terima kasih untuk Ibuk, Bunda, Tante, Atalia, dan Efra untuk doa dan dukungannya sehingga penelitian ini dapat selesai.
4. Terima kasih untuk Patricia Zenny untuk tempat berkeluh kesah selama berkuliah dan membantu peneliti ketika kesusahan dan menjadi sahabat ambis serta alarm ketika tugas belum selesai.
5. Terima kasih untuk Anastasya Dita Sekar karena menjadi sahabat peneliti sejak semester 1. Dan akhirnya dapat menyelesaikan tanggung jawab terakhir di perkuliahan ini Bersama – sama.

6. Terima kasih untuk Jacqueline Queena atas motivasi dan nasehatnya serta keluh kesahnya sehingga dunia perkuliahan ini ada dramanya sedikit.
7. Terima kasih untuk Agustinus Fransisco dan Joseph Surya karena menjadi teman peneliti yang mau mendengarkan keluh kesah dan menemani peneliti ketika bersedih serta selalu ada ketika dibutuhkan. Sekali lagi terima kasih
8. Dan untuk semua anggota ORMAWA terutama BPM, terima kasih untuk kesempatan dan pengalamannya, sehingga peneliti dapat banyak belajar.
9. Untuk Stella Ivanka, Riviera Michelle, Maria Aquina terima kasih karena mau menjadi teman peneliti dalam menyelesaikan tugas perkuliahan disemester akhir.
10. Untuk seluruh teman seperjuangan bimbingan Bu Intan dan Bu Gita, terima kasih banyak karena menjadi teman yang supportive, selamat terbang tinggi teman – teman sampai jumpa di lain kesempatan.
11. Dan yang terakhir terima kasih untuk Kristina Anindita Ensa Dewanti, karena dapat menyelesaikan seluruh tanggung jawab dengan tepat waktu. Terima kasih untuk semua cerita yang sudah di buat selama berkuliah. Semangat terus sampai mimpimu bisa tergapai.

ABSTRAK

Kristina Anindita Ensa Dewanti NRP. 1423020134. *Pengaruh Konten Instagram #EZ @bluebirdgroup terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa terhadap followers @bluebirdgroup.*

Pada penelitian ini memiliki tujuan utama adalah untuk menguji teori yang menyatakan bahwa konten Instagram dapat memengaruhi Keputusan pembelian. Pada variable konten Instagram terbagi dalam lima indicator, yaitu : Caption, hastag, lokasi, konten foto, dan konten video. Selain itu, pada variable Keputusan pembelian terbagi dalam empat indicator yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian. Dalam fenomena di masyarakat, banyak menunjukkan bahwa konsumen cenderung tertarik untuk memilih suatu brand dengan mencari informasi melalui konten di Instagram. Konten di Instagram memiliki berbagai jenis dan cara penyampaian pesan yang berbeda sehingga membuat konsumen tertarik untuk melihat konten tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa konten Instagram yang diunggah oleh suatu brand dapat memengaruhi Keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah dengan metode survey dan mengukur pernyataan responden dengan skala likert. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi atau pengaruh antara konten Instagram dengan Keputusan pembelian jasa taksi Bluebird.

Kata kunci : konten Instagram, Keputusan pembelian, komunikasi pemasaran

ABSTRAC

Kristina Anindita Ensa Dewanti NRP. 1423020134. *The Impact of #EZ @bluebirdgroup Instagram Content on @bluebirdgroup Followers' Purchase Decisions on Services.*

The major goal of this study is to verify the hypothesis that purchases can be influenced by material from Instagram. The caption, hashtag, location, photo content, and video content are the five indicators that make up the Instagram content variable. In addition, there are four indications that make up the purchasing decision variable: problem detection, information search, alternative evaluation, and purchasing choice. Numerous societal occurrences indicate that customers frequently use Instagram content to research brands before making a decision. Instagram offers a wide variety of content that communicates ideas in unique ways, piqueing users' curiosity. This demonstrates how brand-posted Instagram content might affect consumers' decisions to buy. This research employs a quantitative methodology. A Likert scale is used to rate the statements made by respondents in a survey. The study's findings indicate a relationship or influence between Instagram posts and the choice to use Bluebird taxi services.

Keywords: Instagram content, purchasing decisions, marketing communication

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.3 Tujuan Penelitian	13
I.4 Batasan Penelitian	14
I.5 Manfaat Penelitian	14
I.5.1 Manfaat Akademis.....	14
I.5.2 Manfaat Praktis.....	14
I.5.3 Manfaat Sosial	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
II.1 Penelitian Terdahulu	15
II.2 Kerangka Teori	18
II.2.1 Hubungan antara Konten Instagram terhadap Keputusan Pembelian..	18
II.2.3 <i>Social Media Marketing</i>	20
II.2.4 Konten Instagram	23
II.2.5 Keputusan Pembelian.....	30
II.3 Nisbah Antar Konsep.....	34
II.4 Bagan Kerangka Konseptual	35
II.5 Hipotesis	35
BAB III	37
METODE PENELITIAN.....	37

III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	37
III.2 Metode Penelitian.....	38
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian.....	38
III.4 Definisi Konseptual.....	38
III.4.1 Konten Instagram (Variabel X).....	38
III.4.2 Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	39
III.5 Definisi Operasional.....	41
III.5.1 Konten Instagram #EZ (Variabel X).....	41
III.5.2 Keputusan Pembelian jasa taksi (Variabel Y).....	43
III.6 Populasi dan Sampel.....	46
III.6.1 Populasi.....	46
III.6.2 Sampel.....	46
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	47
III. 8 Teknik Pengumpulan data.....	48
III.9 Teknik Validitas dan Reliabilitas.....	49
III.9.1 Validitas.....	49
III.9.2 Reliabilitas.....	50
III. 10 Teknik Analisis Data.....	51
III.11 Uji Normalitas.....	53
III.12 Uji Linieritas.....	54
III.13 Analisis Korelasi.....	54
III.14 Analisis Regresi.....	55
III.15 Uji Signifikasnsi Hipotesis.....	56
III.16 Tabulasi.....	56
BAB IV.....	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	58
IV.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data.....	59
IV. Hasil Penelitian.....	64
IV.3.2 Deskripsi Variable X (Pengukuran Konten #EZ di Instagram @bluebirdgroup).....	66
IV.3.3 Interval Pengukuran Konten Instagram.....	78

IV.3.4 Deskripsi Variabel Y (Pengukuran Keputusan Pembelian Jasa Bluebird)	80
IV.3.5 Interval Pengukuran Keputusan Pembelian.....	90
IV.4 Analisis Uji Normalitas.....	93
IV.5 Analisis Uji Linearitas.....	94
IV.4 Analisis Korelasi	95
IV.5 Analisis Regresi	96
IV.6 Uji Signifikansi Hipotesis	98
IV. 7 Tabulasi	99
IV.7.1 Analisis Tabulasi silang antara konten instagram dengan usia	99
IV.7.2 Analisis tabulasi silang antara konten instagram dengan jenis kelamin	100
IV.7.3 Analisis tabulasi silang antara konten instagram dengan pendapatan	102
IV.7.4 Analisis tabulasi silang antara keputusan pembelian dengan usia ...	103
IV.7.5 Analisis tabulasi silang antara keputusan pembelian dengan jenis kelamin.....	105
IV.7.6 Analisis tabulasi silang antara keputusan pembelian dengan pendapatan	105
IV.8 Pengaruh konten instagram #EZ terhadap keputusan pembelian jasa pada followers @bluebirdgroup.....	107
BAB V.....	110
PENUTUP.....	110
V.1 Kesimpulan.....	110
V.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	117