

**PENGARUH KONTEN VISUAL MEDIA SOSIAL
TIKTOK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA BRAND AYAM GORENG
NELONGSO DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: S1-Manajemen**



**Disusun Oleh:
Alfreda Juan Caldera
20022000258**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Alfreda Juan Caldera
Nomor Pokok : 20022000258
Universitas : Universitas Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Visual Media Sosial TikTok dan Promosi
Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Brand Ayam Goreng
Nelongso di Kota Malang

Malang, 15 Februari 2024

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi



Irany Windhyastiti, SE., MM.

Dosen Pembimbing



Dr. Mokhamad Natsir, MM.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Universitas Merdeka Malang

Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

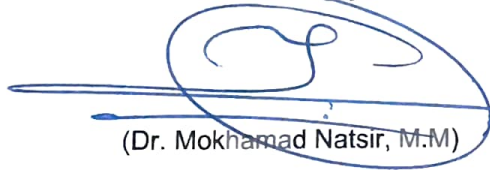
PENGARUH KONTEN VISUAL MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA BRAND AYAM GORENG NELONGSO DI KOTA MALANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh
ALFREDA JUAN CALDERA
20022000258

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 20 Februari 2024

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



(Dr. Mokhammad Natsir, M.M)

Sekretaris Penguji



(Dr. Tanto Gatot Sumarsono., M.Si)

Anggota Penguji



(Drs. Nirwana, M.M)

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan Bisnis

Malang,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Merdeka Malang




Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M.Si

HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN

PT BERSAMA MENCAPAI PUNCAK Tbk

Ruko Soekarno Hatta Indah, Blok A-18, Mojolangu, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65142

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Zulkarnaen

Jabatan: Supervisor Marketing

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : Alfreda Juan Caldera

NIM : 20022000258

Semester : 7 (Tujuh)

Jurusan : Manajemen

Telah melaksanakan penelitian pada perusahaan kami PT Bersama Mencapai Puncak Tbk di Kota Malang pada tanggal 12 Desember 2023 hingga 19 Desember 2023 untuk memperoleh data responden guna penyusunan Tugas Akhir Skripsi dengan judul "Pengaruh Konten Visual Media Sosial TikTok Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Brand Ayam Goreng Nelongso Di Kota Malang".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 Desember 2023


supervisor,
Zulkarnaen

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alfreda Juan Caldera
NIM : 20022000258
Program Studi : Manajemen
Bidang Kajian Skripsi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Konten Visual Media Sosial dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Brand Ayam Goreng Nelongso di Kota Malang
Alamat : Jalan Muharto Gang 3 No.266, Kotalama, Kedungkandang, Kota Malang, 65136
No Telp/ HP : 0821-3605-7426

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut di atas adalah benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 Februari 2024

Peneliti,



(Alfreda Juan Caldera)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Alfreda Juan Caldera

Nomor Pokok : 20022000258

Universitas : Universitas Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir: Malang, 20 Desember 2001

Alamat : Jalan Muharto Gang 3 No.266, Kel. Kotalama
Kec. Kedungkandang, Kota Malang

Nama Orang Tua : Alfanyo Bambang Priyanbodo
: Siti Halimah

Riwayat Pendidikan :

2007 – 2014 : SDN Karawaci Baru 2 Kota Tangerang

2014 – 2017 : SMP Nasional Malang

2017 – 2020 : SMA Widya Gama Malang

2020 – 2024 : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh Rahmat dan Hidayahnya sehingga penulis dapat mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH KONTEN VISUAL MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA BRANG AYAM GORENG NELONGSO DI KOTA MALANG” ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. H. Fajar Supanto, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
2. Bapak Dr. Mokhamad Natsir, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan saran, pengarahan, serta pembelajaran kepada penulis dalam proses skripsi ini.
3. Kedua orang tua penulis, bapak Bambang dan ibu Halimah, untuk beliau berdua skripsi ini penulis persembahkan. Terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dan termotivasi dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kesuksesan dan segala hal baik yang

kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena dan untuk kalian berdua.

4. Dia Orang Istimewah, Vionna Ayu Ananda yang sudah memberi dukungan serta menemani penulis dan selalu memberi semangat untuk penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat penulis, Febrian Andi Sasmito, Wahyu Kusuma Dewi, Sri Ajeng Shofi Lestari yang juga menemani penulis dan memberikan saran serta motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Sebagai manusia biasa, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karenanya atas kesalahan dan kekurangan dalam penulis skripsi ini, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya dan bersedia menerima kritikan yang membangun.

Terakhir kalimat, harapan penulis semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Malang, 15 Februari 2024

Penyusun



Alfreda Juan Caldera

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Tinjauan Pustaka	6
B. Pengembangan Hipotesis	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
A. Definisi Operasional Variabel	19
B. Lingkup Penelitian.....	20
C. Lokasi Penelitian	20
D. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	21
E. Jenis dan Sumber Data.....	22
F. Teknik Pengumpulan Data	23
G. Teknis Analisis Data.....	24
BAB IV HASIL DAN PERBAHASAN PENELITIAN.....	29
A. Hasil Penelitian	29
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	55

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61
C. Keterbatasan Penelitian	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	12
Tabel.2 Definisi Operasional Variabel	19
Tabel.3 Skala Likert	24
Tabel.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	30
Tabel.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengetahui Nama Brand	31
Tabel.6 Deskripsi Variabel Konten Visual Media Sosial (X1)	31
Tabel.7 Deskripsi Variabel Promosi (X2)	35
Tabel.8 Deskripsi Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	38
Tabel.9 Uji Validitas	42
Tabel.10 Nilai Alpha Cronbach's masing-masing Variabel	44
Tabel.11 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel.12 Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	49
Tabel.14 Hasil Uji F	51
Tabel.15 Hasil Uji t (Parsial)	52
Tabel.16 Hasil Uji B (<i>Beta Coefficient</i>)	54
Tabel.17 Hasil Determinasi (R-Square)	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konsep Penelitian.....	16
Gambar 2 Model Hubungan Secara Parsial.....	18
Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	65
Lampiran 2 Tabulasi Data Hasil Penelitian.....	69
Lampiran 3 Uji Validitas.....	75
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	78
Lampiran 5 Uji Koefisien Determinasi.....	81
Lampiran 6 KomogrovSmirnov.....	83
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.....	84
Lampiran 8 Uji Hipotesis.....	87
Lampiran 9 Struktur Organisasi.....	90
Lampiran 10 Berita Acara Bimbingan Skripsi.....	91
Lampiran 11 Berita Acara Perbaikan Skripsi.....	92
Lampiran 12 Surat Keterangan Pemeriksaan Kemiripan.....	93

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Konten Visual Media Sosial Tiktok secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen, pengaruh Promosi secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen, dan pengaruh Konten Visual Media dan promosi yang berpengaruh dominan terhadap Minat Beli Konsumen pada Brand Ayam Goreng Nelongso (PT Bersama Mencapai Puncak) di Kota Malang. Sampel penelitian ini melibatkan 70 konsumen yang membeli Ayam Goreng Nelongso. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa Konten Visual Media Sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Promosi pengaruh dominan terhadap Minat Beli Konsumen pada Brand Ayam Goreng Nelongso di Kota Malang.

Kata kunci: Konten Visual Media Sosial, Promosi, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

This research aims to determine the partial influence of Tiktok Social Media Visual Content on Consumer Purchase Interest, the partial influence of Promotion on Consumer Purchase Interest, and the influence of Visual Media Content and promotions which have a dominant influence on Consumer Purchase Interest in the Ayam Goreng Nelongso Brand (PT Bersama Mencapai Puncak) in Malang City. This research sample involved 70 consumers who bought Ayam Goreng Nelongso. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results show that Social Media Visual Content partially has a positive and significant effect on Consumer Purchase Interest. Promotion partially has a positive and significant effect on consumer buying interest. Promotion has a dominant influence on consumer buying interest in the Ayam Goreng Nelongso Brand in Malang City.

Keywords: Social Media Visual Content, Promotion, Consumer Purchase Interest