

**Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @alifahratu  
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teratu Beauty**

(Survey pada Followers Instagram @alifahratu pada Tahun 2023)

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun Oleh:**

Reza Apriyana Putri

202010040311328

**Dosen Pembimbing:**

Arum Martikasari, M.Med.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH MALANG**

**TAHUN 2024**

# LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH TERPAAN KONTEN AKUN INSTAGRAM @ALIFHRATU  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TERATU BEAUTY  
(Survey pada Followers Instagram @alifahratu pada Tahun 2023)

Diajukan Oleh :

REZA APRIYANA PUTRI  
202010040311328

Telah disetujui  
Rabu / 22 Januari 2025

Pembimbing I



Arum Martikasari, M. Med. Kom

Wakil Dekan I



Najamuddin Abdur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.

# LEMBAR PENGESAHAN

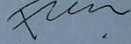
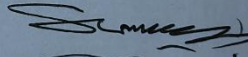

## SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**REZA APRIYANA PUTRI**  
**202010040311328**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
LULUS  
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 22 Januari 2025  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si** (  )
2. **Sugeng Winarno, M. A** (  )
3. **Arum Martikasari, M. Med. Kom** (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
**Najamuddin, Ph.D., S.P., M.Hub.Int.**

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Reza Apriyana Putri  
NIM : 202010040311328  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @alifahratu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teratu Beauty pada Tahun 2023 (Survey pada Followers Instagram @alifahratu pada Tahun 2023)

Disetujui,  
Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I  
Jl. Bendungan 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 521 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutami No 156 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 521 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 089

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 404 319 (Hunting)  
F. +62 341 482 435  
E. webmaster@umim.ac.id

# BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Reza Apriyana Putri
2. NIM : 202010040311328
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Tugas Akhir : Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @alifahratu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teratu Beauty pada Tahun 2023 (Survey pada Followers Instagram @alifahratu pada Tahun 2023)

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Jurnal	Paraf Pembimbing
5/02/2024	ACC Judul Skripsi dan melanjutkan penulisan sampai proposal skripsi BAB I sampai BAB III	<i>Arum</i>
5/02/2024	Melakukan Bimbingan BAB I sampai III	<i>Arum</i>
27/06/2024	Melakukan Seminar Proposal	<i>Arum</i>
28/06/2024	Konsultasi Membuat Instrumen Penelitian	<i>Arum</i>
27/08/2024	ACC Instrument Penelitian dan ACC Melakukan Penelitian	<i>Arum</i>
4/12/2024	Konsultasi BAB IV dan V	<i>Arum</i>
11/12/2024	ACC BAB IV dan V	<i>Arum</i>
11/12/2024	ACC Seminar Hasil	<i>Arum</i>
19/12/2024	Seminar Hasil	<i>Arum</i>

Malang, 20 Desember 2024

Disetujui,

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom



Kampus I  
Jl. Buntang 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan, Sutani No 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 552 050

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## BERITA ACARA SEMINAR HASIL TUGAS AKHIR KARYA

Pada hari, Kamis 19 Desember 2024

Telah dilaksanakan Seminar Hasil Tugas Akhir Skripsi oleh :

Nama Penulis	Reza Apriyana Putri
Nim	202010040311328
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi, Peminatan Jurnalistik
Judul Naskah	Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @alifahratu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teratu Beauty pada Tahun 2023 (Survey pada Followers Instagram @alifahratu pada Tahun 2023)

Dihadirkan oleh Dosen Penguji dan Dosen Pembimbing

1. Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si
2. Arum Martikasari, M.Med.Kom

Penyajian dinyatakan LULUS / TIDAK LULUS

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

Malang, 20 Desember 2024  
Dosen Penguji

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si

Kepala Program Studi

Nasrullah, M. Si



Kampus I  
Jl. Banskang 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan-Sutami No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 143 (Hunting)  
F. +62 341 582 600

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# LAMPIRAN DAFTAR HADIR



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## LAMPIRAN DAFTAR HADIR

NAMA	NIM	Prodi
Diva Violetta	202010040311314	Ilmu Komunikasi
Siti Arifa Nadia	202010040311325	Ilmu Komunikasi
M. Abi Baihaqi	202010040311419	Ilmu Komunikasi
Galih Raka Siwi	202010040311397	Ilmu Komunikasi
Satria Davin V	202010040311254	Ilmu Komunikasi
Devitra Az Zahra	202010040311422	Ilmu Komunikasi
Rizal Bagus A. F	202010040311309	Ilmu Komunikasi
M. Bravee Rizky A	202010040311364	Ilmu Komunikasi
Rismadevi Yulia N.	202010040311385	Ilmu Komunikasi
Seila Salsabila	202010040311350	Ilmu Komunikasi
Bachrul Al Rozy	202010040311416	Ilmu Komunikasi
Raynanda Ryan Adira	202010040311319	Ilmu Komunikasi

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Malang, 20 Desember 2024  
Dosen Penguji

Dr. Dra. Frida Kusumastuti, M. Si

Kepala Program Studi

Nasrullah, M. Si



Kampus I

Jl. Rawitang 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435


Kampus II

Jl. Berhungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tuguomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# PLAGIASI

 PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI** Tanda Terima  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

---


Nama : REZA APRIYANA PUTRI  
NIM : 202010040311328

Hasil Plagiasi :  $\frac{16}{1}$

BAB I	6			
BAB II	2			
BAB III	7			

$\frac{16}{1}$

BAB IV	7			
BAB V	18			
BAB VI				

Malang, 16 Januari 2025  
Admin Plagiasi Prodi  
  
M. Dasuki

PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG





# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL: Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram  
@alifahratu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teratu Beauty pada Tahun 2023 (Survey pada  
Followers Instagram @alifahratu pada Tahun 2023)

Oleh:

Nama : Reza Apriyana Putri

NIM : 202010040311328

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 20 Desember .2024

Pembimbing I/Promotor

Arum Martikasari, M.Med.Kom

NIP.151224031987



(\* Coret yang tidak perlu

Kampus I

Jl. Bawakerto 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 140 (Hunting)  
F. +62 341 582 800

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 463 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/I/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Reza Apriyana Putri
No. Induk Mahasiswa	: 202010040311328
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @alifahratu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teratu Beauty pada Tahun 2023 (Survey pada Followers Instagram @alifahratu pada Tahun 2023)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 20 Desember 2024

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom



Kampus I  
Jl. Bendulung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 466 435

Kampus II  
Jl. Bendulung Sutami No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 069

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 463 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMMI/2024



Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:



NAMA : Reza Apriyana Putri  
NIM : 202010040311328  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 9 tahun akademik 2024/ 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 20 Desember 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



### Kampus I

Jl. Bawoko 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 203 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

### Kampus II

Jl. Bendungan Sidam No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 140 (Hunting)  
F. +62 341 587 603

### Kampus III

Jl. Raya Tuguas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 464 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Reza Apriyana Putri

NIM : 202010040311328

Program Studi : Ilmu Komunikasi



Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

### 1. Tugas Akhir dengan Judul :

Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @alifahratu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teratu Beauty pada Tahun 2023 (Survey pada Followers Instagram @alifahratu pada Tahun 2023)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 20 Desember 2024

Yang Menyatakan,



Reza Apriyana Putri



Kampus I  
Jl. Rierikun, 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 490 435

Kampus II  
Jl. Beledungan Sidani No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 148 (Hunting)  
F: +62 341 562 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 463 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Reza Apriyana Putri, 202010040311328 Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @alifahratu Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Teratu Beauty Tahun 2023 (Survey pada Followers @alifahratu pada tahun 2023).

Instagram membawa nilai tambah signifikan dengan memungkinkan pelaku bisnis memanfaatkan estetika visual untuk mempromosikan produk atau layanan mereka secara efektif. Selain itu, instagram sebagai media sosial yang memiliki jumlah *user* yang sangat banyak dan digemari oleh semua kalangan, sehingga hal ini mendorong terjadinya perluasan atau pengaruh besar bagi segala aspek. Dalam pemasaran, instagram sering sekali menjadi *platform* utama untuk meningkatkan penjualan atau pengenalan produk kepada masyarakat atau audiensnya.

Terpaan Konten yang dihasilkan oleh instagram sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran dapat memberikan manfaat untuk brand ataupun perusahaan. Tak terkecuali akun instagram @alifahratu sebagai owner sekaligus *beauty influencer* dalam mempromosikan produk dari Teratu Beauty. Tujuan dari penelitian ini adalah menjawab rumusan masalah Adakah Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @Alifahratu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tertau Beauty pada Tahun 2023.

Penelitian kali ini menggunakan teori utama yaitu Teori AIDA untuk memperoleh perhatian agar konsumen memiliki ketertarikan pada produk atau jasa hingga berdasarkan proses pengambilan keputusan atau sebagaimana tahapan pengambilan keputusan. Teknik pengambilan sample menggunakan teknik *accidental sampling* dan analisis dilakukan dengan analisis regresi sederhana serta pengujian hipotesis menggunakan uji-t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh pada terpaan konten instagram terhadap keputusan membeli produk Teratu Beauty yang dibuktikan melalui uji-t dengan hasil  $0.000 < 0.05$ . Pada t-hitung juga dapat disimpulkan memiliki pengaruh dengan hasil  $20.436 > 1.984$ .

**Kata Kunci:** *Terpaan Konten, Keputusan Pembelian*

Malang, 20 Desember 2024

Menyetujui,

Pembimbing



Arum Martikasari, M.Med.Kom

Peneliti



Reza Apriyana Putri

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan nikmat dan rahmat-Nya yang telah mengantarkan Penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH TERPAAN KONTEN AKUN INSTAGRAM @ALIFahrATU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TERATU BEAUTY (SURVEY: FOLLOWERS INSTAGRAM @ALIFahrATU TAHUN 2023)”. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Namun, berkat bimbingan, pengetahuan, dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan tulus, Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, dengan limpahan rahmat dan petunjuk-Nya, serta anugerah kesehatan yang diberikan kepada saya, saya dapat menyelesaikan naskah tugas akhir skripsi ini.
2. Kepada Mamak dan Bapak saya, Zaenab Bolo Maru dan Sahrani H.Ibrahim karena sudah mendukung saya dalam memberikan fasilitas yang saya butuhkan untuk kuliah serta selalu mendukung saya hingga mental saya aman hingga akhir skripsi.
3. Saudara-saudara saya, Rency Aulia Maharani, Rifka Yulianti Putri, dan M. Nizam Rafsanjani karena sudah selalu menghibur dan mendukung saya dikala merasa lelah.
4. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan fasilitas guna kelancaran pembelajaran.
5. Bapak Nasrullah, M.Si, sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Ibu Arum Martikasari, M. Med. Kom sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi saya, yang secara konsisten selalu memberikan saya motivasi dan membimbing saya hingga skripsi ini selesai.

7. Para dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi telah memberikan pengetahuan, semangat, dan motivasi kepada saya selama menempuh studi sebagai mahasiswa.
8. Tim Meraki Zahra, Rafif, Arul, Baqi, Davin, dan Siwi yang sudah menemani masa merantau dan perkuliahan saya sejak masa praktikum. Masa dimana saya bisa mengembangkan diri dan mengeksplor lebih jauh tentang diri saya hingga menyelesaikan tugas akhir.
9. Bultrap, Dipoy, Sipe, Brepri dan Ryan sudah menemani sejak maba hingga akhir.
10. Anak DG, Epi, Juned, Anjuk, Enik, dan Khususnya Nabila yang selalu membantu saya untuk menyelesaikan tugas akhir
11. Dipta Rahma yang menemani penulis dari awal hingga akhir hingga bisa menyelesaikan tugas akhir.
12. Nabila Dhea Putri yang selalu mendengar keluh kesah saya dari awal hingga akhir penulisan.
13. Salsa dan Ila yang menemani penulis mengerjakan hingga larut.
14. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah mampu berjuang melawan rasa takut dan rasa malas hingga bisa menyelesaikan skripsi hingga akhir.

Malang, 17 Januari 2025

Reza Apriyana Putri

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI .....	iv
BERITA ACARA SEMINAR HASIL .....	v
LAMPIRAN DAFTAR HADIR .....	vi
PLAGIASI .....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
SURAT KETERANGAN .....	ix
SURAT KETERANGAN .....	x
SURAT PERNYATAAN.....	xi
ABSTRAK .....	xii
KATA PENGANTAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Komunikasi Pemasaran .....	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital .....	9
2.2 <i>New media</i> .....	11
2.3 Instagram sebagai Media Promosi .....	13
2.4 Terpaan Konten .....	15
2.5 Keputusan Pembelian .....	18
2.6 Teori AIDA .....	19
2.7 Kerangka Konseptual .....	22
2.8 Hipotesis Penelitian .....	23
2.9 Penelitian Terdahulu.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian .....	27
3.2 Teknik Pengumpulan Data .....	27



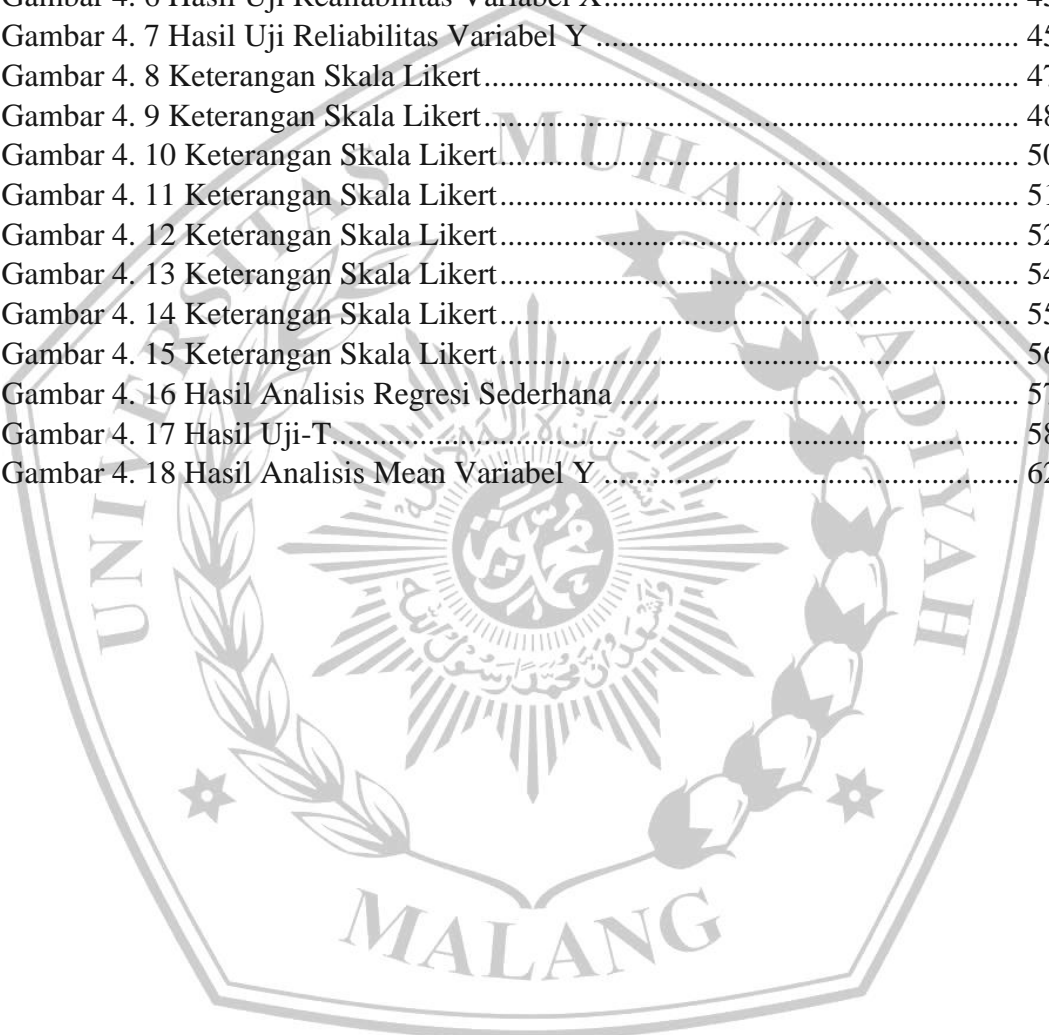
3.3 Populasi dan Sampel .....	28
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.5 Definisi Konseptual.....	29
3.5.1 Terpaan Konten (X).....	29
3.5.2 Keputusan Pembelian (Y).....	31
3.6 Definisi Operasional.....	32
3.6.1 Definisi Operasional Terpaan Konten .....	32
3.6.2 Definisi Operasional Keputusan Pembelian .....	36
3.7 Uji Keabsahan Data.....	39
3.7.1 Uji Validitas.....	39
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	40
3.8 Teknik Analisis Data .....	40
3.8.1 Analisis Regresi Sederhana .....	40
3.9 Uji Hipotesis.....	41
3.9.1 Uji T.....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.1.1 Akun Instagram Teratu Beauty.....	42
4.1.2 Teratu Beauty.....	43
4.1.3 Alifah Ratu.....	45
4.1.4 Profil Responden.....	47
4.2 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas.....	47
4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	47
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
4.3 Hasil dan Jawaban Responden .....	50
4.3.1 Variabel X (Pengaruh Terpaan Konten) .....	50
4.3.2 Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	55
4.4 Hasil Analisis Data.....	63
4.4.1 Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	63
4.5 Hasil Uji Hipotesis .....	63
4.5.1 Hasil Uji T .....	63
4.6 Pembahasan dan Diskusi Teori .....	64
<b>BAB V PENUTUPAN.....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan.....	70

5.2 Saran .....	70
5.2.1 Saran Akademis .....	70
5.2.2 Saran Praktis .....	71
DAFTAR PUSTAKA .....	72
LAMPIRAN.....	77



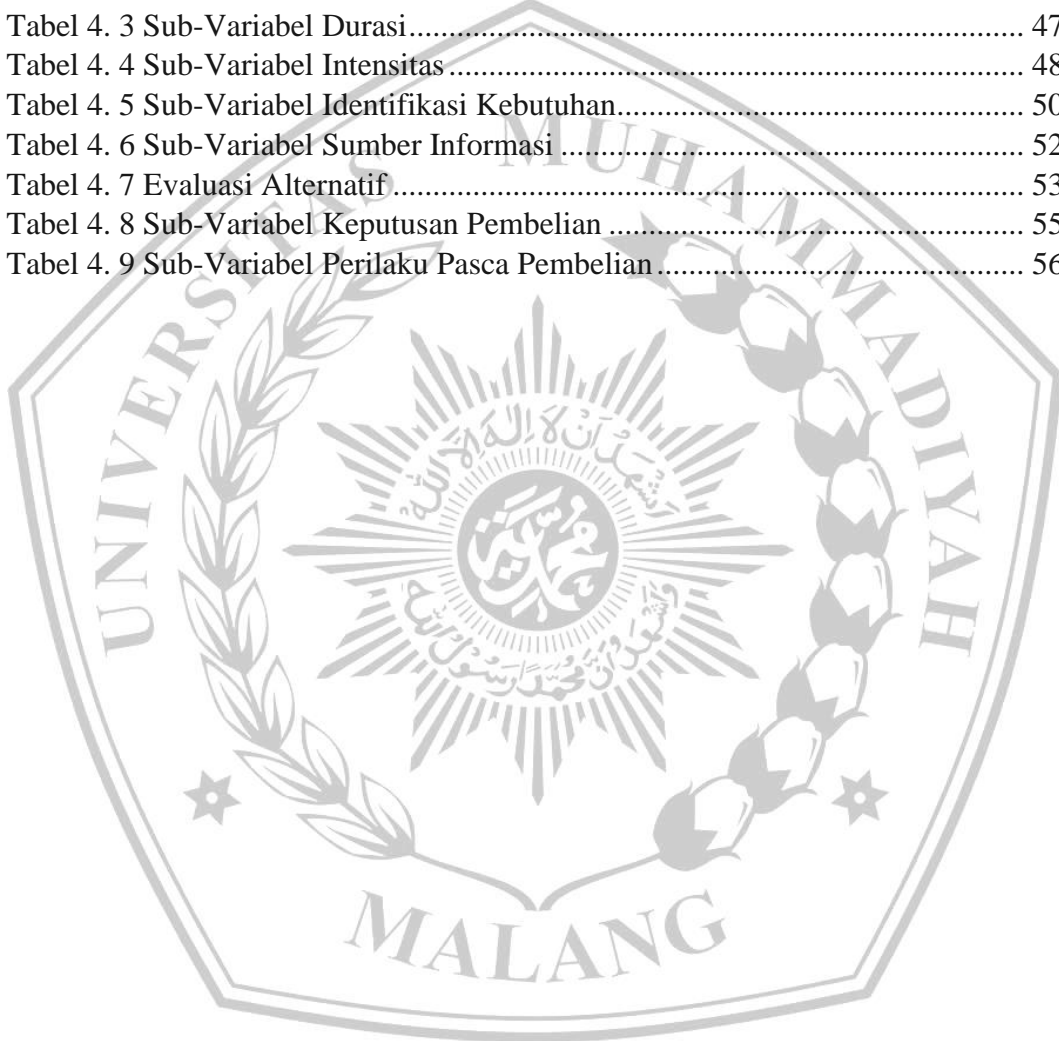
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	20
Gambar 4. 1 Tampilan profile Instagram @Teratu Beauty .....	38
Gambar 4. 2 Feeds Instagram @Teratu Beauty .....	39
Gambar 4. 3 Tampilan Website Teratu Beauty .....	40
Gambar 4. 4 Tampilan Youtube Alifah Ratu .....	41
Gambar 4. 5 Instagram Alifah Ratu .....	42
Gambar 4. 6 Hasil Uji Realiabilitas Variabel X .....	45
Gambar 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	45
Gambar 4. 8 Keterangan Skala Likert .....	47
Gambar 4. 9 Keterangan Skala Likert .....	48
Gambar 4. 10 Keterangan Skala Likert .....	50
Gambar 4. 11 Keterangan Skala Likert .....	51
Gambar 4. 12 Keterangan Skala Likert .....	52
Gambar 4. 13 Keterangan Skala Likert .....	54
Gambar 4. 14 Keterangan Skala Likert .....	55
Gambar 4. 15 Keterangan Skala Likert .....	56
Gambar 4. 16 Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	57
Gambar 4. 17 Hasil Uji-T .....	58
Gambar 4. 18 Hasil Analisis Mean Variabel Y .....	62



## DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Terpaan Konten ( Variabel X) .....	30
Tabel 3. 2 Tabel Definisi Operasional Keputusan Pembelian (Variabel Y) .....	33
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X .....	43
Tabel 4. 2 Sub-Variabel Frekuensi .....	46
Tabel 4. 3 Sub-Variabel Durasi .....	47
Tabel 4. 4 Sub-Variabel Intensitas .....	48
Tabel 4. 5 Sub-Variabel Identifikasi Kebutuhan .....	50
Tabel 4. 6 Sub-Variabel Sumber Informasi .....	52
Tabel 4. 7 Evaluasi Alternatif .....	53
Tabel 4. 8 Sub-Variabel Keputusan Pembelian .....	55
Tabel 4. 9 Sub-Variabel Perilaku Pasca Pembelian .....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuisisioner Penelitian .....	72
Lampiran 1. 2 Profile Responden.....	79
Lampiran 1. 3 Hasil Jawaban .....	80



## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, W. R. (2017). Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Pada Event Tupperware Home Party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen PT. Riau Cahaya Utami d Kota Pekanbaru). *JOM FISIP Vol 4 No 1*, 1-15.
- Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku
- Agustina, L. (2015). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Baru di Serambi Botani . *Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi Volume 6 No 2*, 129-138.
- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media pada Pola Komunikasi Masyarakat . *Alamara: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Volume 4 No 1* , 26-37.
- Andriani, D. (2023, Maret 6). *Cerita Pasangan yang Sukses Kembangkan Brand Skincare Teratu Beauty, Kini Beromzet Miliaran*. Retrieved from Hypeabis : <https://hypeabis.id/read/22218/cerita-pasangan-yang-sukses-kembangkan-brand-skincare-teratu-beauty-kini-beromzet-miliaran>
- Ardianto, E. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekayasa Media .
- Ardiyansyah, A., & Rahayuningsih, P. A. (2020). PENERAPAN TEKNIK SAMPLING UNTUK MENGATASI IMBALANCE CLASS PADA KLASIFIKASI ONLINE SHOPPERS INTENTION. *JTIK (Jurnal Teknik Informatika Kaputama)*, 4(1), 7-14.
- Astrid Faidlatul Habibah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru . *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis Volume 3 No 2*, 350-363.
- Awaludin, M. F., & Sembiring, R. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Online Di Bukalapak Menggunakan Model Aida. *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)*, 1, 1211–1225.
- Baronah, Yoebrianti, A., & Nurhayani. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Influencer Marketing Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Manajemen (JAKMEN)*, 2(2), 87–98. <https://doi.org/10.30656/jakmen.v2i2.7526>
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu: Implementasi untuk UMKM . *Jurnal NeO-Bis Volume 8 No 2*, 176-189.

- Dimas Prasetya, R. M. (2022). Studi Analisis Media Baru: Manfaat dan Permasalahan dari Media Sosial dan Game Online . *Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi Vol 4 No 2*, 1-10.
- Doni Mardiyanto, G. (2019). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Kasus Strategi Komunikas Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo). *Edunomika Vol 3 No 1*, 60-66.
- Elanti, K. A. P. (2023). Hubungan Terpaan Postingan Review Micro Beauty Influencer di Instagram dan Tingkat Pendapatan dengan Minat Membeli Produk Kosmetik Martha Tilaar (Doctoral dissertation, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK).
- Febriani, N., & Dewi, W. W. A. (2019). *Perilaku konsumen di era digital: Beserta studi kasus*. Universitas Brawijaya Press.
- Firda Ayu. (2023). *Alifah Ratu, Lulusan Teknik Perminyakan ITB yang Dirikan Teratu Beauty*. [https://thephrase.id/alifah-ratu-lulusan-teknik-perminyakan-itb-yang-dirikan-teratu-beauty#google\\_vignette](https://thephrase.id/alifah-ratu-lulusan-teknik-perminyakan-itb-yang-dirikan-teratu-beauty#google_vignette)
- Fitriawati, M. R. (2018). Peran Instagram Sebaga Media Promosi . *Syntax Literate: Jurnal Ilmah Indonesia Vol 3 No 4*, 61-67.
- Garinsingan, D. T. (2022). Pengaruh Terpaan Konten Instagram Terhadap Tingkat Literasi Followers. *Jurnal Kommas*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hajrawati. (2022, Oktober). *PENGARUH TERPAAN KONTEN TIKTOK TERHADAP KESADARAN MASYARAKAT KOTA MAKASSAR MENGIKUTI PROGRAM VAKSINASI COVID-19*. Retrieved from Repository Unhas : [http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/26073/2/E021181004\\_skripsi\\_03-01-2023%20BAB%201-2.pdf](http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/26073/2/E021181004_skripsi_03-01-2023%20BAB%201-2.pdf)
- Handoko Syahputra Salim, T. S. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Produk Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian di PT. Furnilux Indonesia . *Jurnal Bisnis Kolega Vol 8 No 1*, 9-21.
- Hermawati, A. (2023). *Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 1(1). <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1>
- Indita Dewi Aryani, D. M. (2022). nstagram Sebagai Media Promosi Dalam Menngkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project . *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwaha Vol 2 No 2*, 466-477.

- Info, R. (2023, November 16). *Mengenal Dampak Positif dan Negatif Penggunaan Media Sosial* . Retrieved from Kumparan : <https://kumparan.com/ragam-info/mengenal-dampak-positif-dan-negatif-penggunaan-media-sosial-21aZ7RfyKNu/full>
- Kotler Philip, and Keller K. 2016. *Marketing Management 15th Global Edition*. England: Pearson Education Limited
- Kotler, P., & Armstrong, G (2021). *Principles of Marketing 18th Global Edition* Edition. London: Pearson Education.
- Kurnianti, A. W. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Online NguberJEK . *Jurnal Universitas Tidar Vol 1 No 1*, 69-84.
- Kurniawati, N. K., Widyastuti, N. W., Alifi, M. I., Pratiwi, M., Nisa, H., & Maulana, I. C. (2022). Penerapan Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Terhadap Komunikasi Pemasaran Kerajinan Tangan . *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* , 347.
- Kusuma, B. A. (2022, September 1). *PENGARUH TERPAAN KONTEN AKUN INSTAGRAM @SURPLUSPROJECT TERHADAP MINAT BELI PRODUK (Survei pada Followers Akun Instagram @surplusproject)*. Retrieved from E Journal Atma Jaya Yogyakarta: <https://e-journal.uajy.ac.id/27318/>
- Lissa Anggun Subiyanto, V. V. (2022). Pemanfaatan Media Instagram Sebagai Media Promosi Penjualan di Masa Pandemi COVID-19. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi (Universitas Persada Indonesia Y.A.) Vol XXVII No 3*, 286-302.
- Listiawati, N. (2023, Juni 6). *Dmpak Positif dan Negatif Media Sosial Dalam Kehidupan Remaja* . Retrieved from PID Kepri: <https://pid.kepri.polri.go.id/dampak-positif-dan-negatif-media-sosial-dalam-kehidupan-remaja/>
- Machmud, Muslimin. (2018). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Penerbit Selaras
- Mardiyanto, D. (2019). *ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN (Studi Kasus Strategi Komunikasi Pemasaran Merchandise di Kedai Digital 8 Solo)* (Vol. 03, Issue 01).
- Mardiyanto, D., & Slamet, G. (2019). *ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN MERCHANDISE DI KEDAI DIGITAL 8 SOLO*. In *Surakarta Management Journal* (Vol. 53, Issue 1).
- Mubarok, F. S. (2022). Pemanfaatan New Media untuk Efektivitas Komunikasi di Era Pandemi . *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna Vol 1 No 1*, 28-42.



- NapoleonCat (2023, Januari) *Instagram User in Indonesia* Retrieved from NapoleonCat: <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/01/>
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Putri, L. D., & Kurbayanti, Y. (2021, Januari 15). *Transformasi Pasar Tradisional Menjadi Pasar Online*. Retrieved from Solopos: <https://www.solopos.com/transformasi-pasar-tradisional-menjadi-pasar-online-1102122>
- Pratama, Y. (n.d.). Analisa Penentu Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Online (Pada Masyarakat Jabodetabek). In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 03, Issue 1). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Pratiwi, B. M., & Mahfudz, M. (2021). PENGARUH DUKUNGAN SELEBRITI, KONTEN IKLAN, DAN ULASAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN DENGAN MINAT BELI KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Platform Instagram di Provinsi Jawa Tengah) Bintang Mega Pratiwi, Mahfudz1. *Diponegoro Journal of Management*, 10(6).
- Rahmawati, P. (2022). Pengaruh Konsep AIDA Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Le Minerale (Studi Kasus Warga Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat). *Journal STEI Jakarta*.
- Rony, N. F., & Panuju, R. (n.d.). *Digital Media Hospital: Aplikasi Komunikasi Pemasaran Berbasis Daring*. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jkp>
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). *Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi Digital Marketing Communication as a technology challenge* (Vol. 1). [www.amazara.co.id](http://www.amazara.co.id),
- Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: Andi .
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.

Sukirman, R. P. (2014). Perbedaan Kematangan Emosi Ditinjau dari Jenis Kelamin pada Komunitas MCL (Malang Cat Lovers) . *Journal Etheses UIN Malang*

Watie, E. D. (2012). Periklanan Dalam Media Baru (Advertising n the New Media) . *The Messenger Volume IV No 1* , 37-43.

Zakaria, D. Z. (2023, Februari 3). *PENGARUH TERPAAN KONTEN INSTAGRAM @EXPLORESURABAYA DAN MOTIF BERWISATA TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG ANAK MUDA KECAMATAN SIDOARJO KE DESTINASI WISATA SURABAYA*. Retrieved from Repository UINSA: [http://digilib.uinsa.ac.id/62894/2/Dicky%20Zulfan%20Zakaria\\_B05219015.pdf](http://digilib.uinsa.ac.id/62894/2/Dicky%20Zulfan%20Zakaria_B05219015.pdf)

