

**PENGARUH MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM  
KULINER LOKAL DI KOTA BANJARMASIN**



**SKRIPSI**

**Oleh:**

**LIDYANA PUTRI**

**1810113220003**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**BANJARMASIN**

**2023**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM  
KULINER LOKAL DI KOTA BANJARMASIN**

**Oleh:**

**LIDYANA PUTRI  
1810113220003**

**Skripsi**

**diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan  
gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Ekonomi,  
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN**

**2023**

**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lidyana Putri

NIM : 1810113220003

Jurusan/Program Studi : P.IPS/Pendidikan Ekonomi

Menyatakan bahwa skripsi saya berjudul **“PENGARUH MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM KULINER LOKAL DI KOTA BANJARMASIN”** ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Selain itu, sumber informasi yang dikutip dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila pada kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Banjarmasin, 07 Desember 2023

Yang membuat pernyataan

  
*Lidyana Putri*  
Lidyana Putri

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Lidyana Putri

NIM : 1810113220003

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial sebagai Sarana Promosi terhadap  
Keputusan Pembelian pada UMKM Kuliner Lokal di Kota  
Banjarmasin

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat.

Banjarmasin, 07 Desember 2023  
Pembimbing



Dr. Supriyanto, M.Pd  
NIP. 19590710 198503 1 005

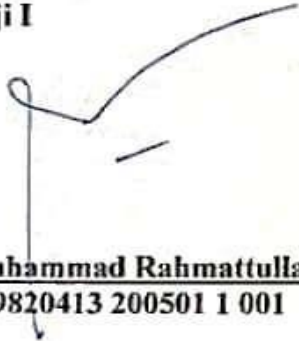
**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Media Sosial sebagai Sarana Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Kuliner Lokal di Kota Banjarmasin.

Yang disusun oleh : Lidyana Putri, NIM : 1810113220003, ini telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 07 Desember 2023.

**Dewan Penguji****Pembimbing**

**Dr. Suprivanto, M.Pd**  
NIP. 19590710 198503 1 005

**Penguji I**

**Dr. Muhammad Rahmattullah, M.Pd**  
NIP. 19820413 200501 1 001

**Penguji II**

**Dr. Ananda Setiawan, M.Pd**  
NIP. 19940509 201903 1 009

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan  
Ilmu Pengetahuan Sosial**



**Dr. Drs. Sidharta Adyatma, M.Si**  
NIP. 19671003 200212 1 001

**Koordinator Program Studi  
Pendidikan Ekonomi**



**Dr. Muhammad Rahmattullah, M.Pd**  
NIP. 19820413 200501 1 001

## ABSTRAK

**Lidyana Putri, 2023.** *Pengaruh Media Sosial sebagai Sarana Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada UMKM Kuliner Lokal di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. (Pembimbing: Dr. Supriyanto, M.Pd).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari media sosial sebagai sarana promosi terhadap keputusan pembelian pada UMKM kuliner lokal di kota Banjarmasin. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian sebanyak 91.670 orang konsumen kuliner lokal dan sampel sebanyak 384 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari media sosial sebagai sarana promosi terhadap keputusan pembelian pada UMKM kuliner lokal di kota Banjarmasin. Persentase sumbangan pengaruh variabel media sosial sebagai sarana promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 50,7%.

**Kata kunci:** Promosi, Media Sosial, Keputusan Pembelian, UMKM, Kuliner Lokal

## ABSTRACT

**Lidyana Putri, 2023.** *The Influence of Social Media as a Promotional Means on Purchasing Decisions among Local Culinary MSMEs in Banjarmasin City.* Thesis, Economic Education Study Program, FKIP Lambung Mangkurat University, Banjarmasin. (Supervisor: Dr. Supriyanto, M.Pd).

This research aims to analyze the influence of social media as a promotional tool on purchasing decisions for local culinary *MSMEs* in the city of Banjarmasin. The research method used is descriptive analysis with a quantitative approach. The research population was 91,670 local culinary consumers and the sample was 384 people. Data collection techniques use questionnaires. The data analysis technique uses simple linear regression. The research results show that there is a positive and significant influence from social media as a promotional tool on purchasing decisions for local culinary *MSMEs* in the city of Banjarmasin. The percentage contribution of the influence of social media variables as a means of promotion on purchasing decisions is 50.7%.

**Keywords:** *Promotions, Social Media, Purchasing Decisions, MSMEs, Local Culinary*

**MOTTO**

"Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan, karena Allah SWT tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya."

“Perbaiki sholatmu, maka Allah SWT akan memperbaiki hidupmu”

"Pada akhirnya, satu-satunya orang yang dapat kamu andalkan adalah dirimu sendiri. Terkadang kamu perlu menyendiri untuk mengetahui siapa dirimu sebenarnya dan apa yang kamu inginkan."



## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

### Abah dan Mama

“Doamu yang tiada terputus, kerja keras tiada henti, pengorbanan dan kasih sayang yang tiada terbatas. Terimakasih sudah sangat sabar dalam memberi doa, dukungan yang tiada henti dan selalu disamping baik disaat berdiri tegar maupun terjatuh.”

### Adik-Adikku (Ahmad Faris dan Raisa Azzahra)

“Terimakasih karena senantiasa mendorong langkahku dengan perhatian, semangat dan candaan kalian yang membuatku untuk bisa kembali semangat setiap harinya. Mungkin aku akan merasa kesepian tanpa canda tawa adik-adikku. Semoga perjalanan kalian dalam menggapai masa depan selalu diberikan kemudahan dan kelancaran.”

### (Soraya Parahdina, Grup gajebo dan Grup kita)

“Terimakasih karena senantiasa mendorong langkahku dengan perhatian, semangat dan candaan kalian yang membuatku untuk bisa kembali semangat setiap harinya. Terimakasih telah menjadi teman yang sangat baik.”

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang yang telah memberikan ilmu, inspirasi, dan kemuliaan. Atas kehendak-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM KULINER LOKAL DI KOTA BANJARMASIN”.


Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Peneliti menyadari terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si.
2. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, Dr. Chairil Faif Pasani, M.Si.
3. Ketua Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP ULM Banjarmasin, Dr., Drs. Sidharta Adyatma, M.Si.
4. Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
5. Dr. Supriyanto, M.Pd selaku Pembimbing yang selalu memberikan motivasi, saran, dan nasihat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Muhammad Rahmattullah, M.Pd selaku Penguji 1 yang telah memberikan motivasi, arahan dan masukan untuk penelitian yang akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan dengan lancar.
7. Dr. Ananda Setiawan, M.Pd selaku Penguji 2 yang telah memberikan motivasi, arahan dan masukan untuk penelitian yang akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan dengan lancar.

8. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan, motivasi, nasihat dan bimbingan saat perkuliahan.
9. Kak Yenny selaku staff admin prodi terima kasih telah banyak membantu dalam hal administrasi di perkuliahan.
10. Teman-teman saya angkatan 2018 Program Studi Pendidikan Ekonomi yang senantiasa selalu memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan peneliti. Meskipun demikian, peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pengembang ilmu. Akhir kata, semoga bantuan dan kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak mendapatkan dan ridho dari Allah SWT.

Banjarmasin, 07 Desember 2023



Peneliti

## DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
MOTTO .....	viii
PERSEMBAHAN .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	9
C. Fokus Penelitian .....	9
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	10
F. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11
A. Tinjauan Teoritis .....	11
1. Pemasaran Digital.....	11
2. Media Sosial Instagram .....	15

3. Keputusan Pembelian .....	33
B. Penelitian Yang Relevan .....	39
C. Kerangka Berpikir .....	40
D. Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	43
B. Desain Penelitian.....	44
C. Populasi dan Sampel .....	45
D. Metode Pengumpulan Data .....	45
E. Definisi Operasional Variabel.....	49
F. Teknik Validitas Instrumen Penelitian.....	50
G. Uji Asumsi Klasik.....	53
H. Teknik Analisis Data.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Hasil Penelitian .....	57
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	58
C. Pengujian Hipotesis.....	62
D. Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN.....	70

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 1.1. Model Lima Tahap dari Proses Pembelian Konsumen .....	3
Gambar 1.2. Jumlah Pengguna Media Sosial Aktif di Indonesia.....	5
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	41

**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 1.1. UMKM yang Promosi Usaha melalui Instagram.....	8
Tabel 3.1. Populasi Penelitian.....	45
Tabel 3.2. Sampel Morgan dan Krejcie .....	46
Tabel 3.3. Skala Likert .....	48
Tabel 3.4. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	50
Tabel 3.5. Hasil KMO and Bartlett's Test pada Variabel Media Sosial.....	51
Tabel 3.6. Hasil KMO and Bartlett's Test pada Variabel Keputusan .....	51
Tabel 3.7. Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas.....	52
Tabel 3.8. Hasil Uji Reliabilitas Angket .....	53
Tabel 3.9. Hasil Uji Normalitas Data.....	53
Tabel 3.10. Output Uji Linieritas antara Media Sosial dan Keputusan .....	54
Tabel 4.1. Rangkuman Jawaban Kuesioner .....	59
Tabel 4.2. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	62
Tabel 4.3. Uji Koefisien Determinan .....	63

**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran 1: Instrumen Sebelum Validasi.....	76
Lampiran 2: Hasil Uji Validasi .....	80
Lampiran 3: Instrumen Penelitian (Kuesioner).....	82
Lampiran 4: Tabulasi Data Penelitian.....	86
Lampiran 5: Uji Prasyarat .....	107
Lampiran 6: Analisis Deskriptif.....	108
Lampiran 7: Uji Statistik.....	116
Lampiran 8: Dokumentasi Kegiatan .....	117
Lampiran 9: Surat Ijin Penelitian.....	123
Lampiran 10: Lembar Bimbingan.....	138