

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN DI INSTAGRAM @PULE.COFFEE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI PULE COFFEE CITRA LAND

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

Muhammad Reynaldi Fadillah

1910414210039

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2026

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil Alamin, segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam karena atas karunia dan kuasa-Nya maka skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis sebagai tanda cinta, hormat, dan rasa syukur penulis yang tidak terhingga kepada mereka, yaitu **Ayah Sugiannoor** dan **Ibu Risna Syarmati**, yang telah mengasihi, merawat, mendidik, serta memberikan doa dan dukungan kepada penulis sejak lahir hingga dewasa. Serta tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada kakak pertama penulis **Gina Chantika Putri, S.E.** dan kakak kedua penulis **Ryan Abdilla, S.E.** serta kaka ipar saya **Subhan Wahyudi** atas kehadiran, perhatian, motivasi, dan semangat yang selalu diberikan selama perjalanan pendidikan dan penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Semoga setiap langkah kalian semua selalu dilindungi, diberikan kesehatan, kebahagiaan, serta selalu berada dalam keberkahan dan lindungan Allah SWT. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam setiap proses dan perjuangan penulis hingga sampai pada tahap ini.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Pengaruh Iklan di Instagram @pule.coffee Terhadap Loyalitas Konsumen di Pule Coffee Citra Land

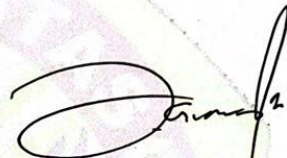
A. Nama Mahasiswa : Muhammad Reynaldi Fadillah
NIM 1910414210039

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Muhammad Ainani S.I.P. M.A.
NIP. 198810282022031003

[]

b. Penguji I

Dr. Muhammad Alif, S.Sos M.Si
NIP. 198204212014041001

[]

c. Penguji II

Muhammad Nizar Hidayat, S.I.P M.
NIP. 198911282020121011

[]

Banjarmasin, 24 Juni 2026

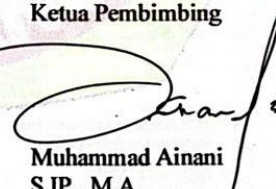
Ketua Jurusan
Ilmu Komunikasi



Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si

NIP. 198208212006042002

Ketua Pembimbing



Muhammad Ainani
S.I.P., M.A

NIP. 198810282022031003

Mengetahui
Dekan FISIP ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si.
NIP. 197104201999031001

LEMBAR ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya bertanda tangan bahwa,

Nama : Muhammad Reynaldi Fadillah
NIM : 1910414210039
Tempat/Tanggal Lahir : Banjarmasin, 5 Mei 2001
Program Studi : S1-Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Perguruan Tinggi : Universitas Lambung Mangkurat
Alamat Email : renaldyfadillah@gmail.com
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan di Instagram @pule.coffee Terhadap Loyalitas Konsumen di Pule Coffee Citra Land

Saya menyatakan sebenar-benarnya bahwa skripsi dan penelitian ini adalah murni ditulis dan diteliti oleh penulis, hasil karya ilmiah ini bukan merupakan hasil praktik plagiarisme. Seluruh sumber yang digunakan penulis dalam karya ilmiah ini dicantumkan pada halaman daftar pustaka.

Apabila suatu saat terdapat praktik penyimpangan, manipulasi, dan plagiarisme yang terbukti dalam karya ilmiah ini dan mengindikasikan bukan murni hasil karya ilmiah yang saya tulis. Penulis siap menerima konsekuensi berdasarkan aturan yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian surat ini saya buat secara sadar dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 15 September 2026
Yang membuat pernyataan



Muhammad Reynaldi Fadillah
NIM. 1910414210039

LEMBAR BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu Dua Puluh Empat Juni Dua Ribu Dua Puluh Enam, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2036/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 18 Juni 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Muhammad Reynaldi Fadillah
NIM : 1910414210039
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan di Instagram @pule.coffee Terhadap Loyalitas Konsumen di Pule Coffee Citra Land

Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi I
Waktu Ujian : 10.00 s/d selesai
Nilai : 74,58
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 24 Juni 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Muhammad Reynaldi Fadillah

1. Ketua : Muhammad Ainani, S.IP., MA
2. Sekretaris : Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si
3. Anggota : Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,

Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002

LEMBAR DAFTAR NILAI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Muhammad Reynaldi Fadillah
NIM : 1910414210039
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan di Instagram @pule.coffee Terhadap Loyalitas Konsumen di Pule Coffee Citra Land

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Muhammad Ainani, S.IP., MA	75	
2.	Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si	76 73	
3.	Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., MA.	73	
Jumlah		221	
Nilai Rata-rata		73.66	Nilai Akhir = 74.58

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 24 Juni 2026

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

LEMBAR SURAT TUGAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2036/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin menugaskan Saudara / i :

1. Muhammad Ainani, S.IP, MA
2. Dr. Muhammad Alif, S.Sos, M.Si
3. Muhammad Nizar Hidayat, MA

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Muhammad Reynaldi Fadillah
NIM : 1910414210039
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan di Instagram @pule.coffee Terhadap Loyalitas Konsumen di Pule Coffee Citra Land

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 24 Juni 2026
J a m : 10.00 wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 18 Juni 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001

ABSTRAK

Muhammad Reynaldi Fadillah, 1910414210039, 2026. Pengaruh Iklan di Instagram @pule.coffee terhadap Loyalitas Konsumen di Pule Coffee CitraLand. Skripsi. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat. Dibimbing oleh Muhammad Ainani, S.IP., M.A.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan di Instagram @pule.coffee terhadap loyalitas konsumen di Pule Coffee CitraLand. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pemanfaatan Instagram sebagai media promosi yang digunakan untuk menjangkau konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 122 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan di Instagram @pule.coffee berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di Pule Coffee CitraLand. Semakin baik kualitas iklan yang disampaikan melalui Instagram, semakin tinggi pula loyalitas konsumen terhadap Pule Coffee CitraLand. Dengan demikian, iklan melalui Instagram dapat menjadi salah satu strategi promosi yang efektif dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Iklan Instagram, Loyalitas Konsumen, Media Sosial, Pule Coffee CitraLand.

ABSTRACT

Muhammad Reynaldi Fadillah, 1910414210039, 2026. The Influence of Instagram Advertising on @pule.coffee toward Consumer Loyalty at Pule Coffee CitraLand. Undergraduate Thesis. Communication Studies Program, Faculty of Social and Political Sciences, Lambung Mangkurat University. Supervised by Muhammad Ainani, S.IP., M.A.

This study aims to determine the influence of Instagram advertising on @pule.coffee toward consumer loyalty at Pule Coffee CitraLand. The study was motivated by the use of Instagram as a promotional medium to reach consumers and enhance customer loyalty.

This research employed a quantitative approach using a survey method. The sample consisted of 122 respondents selected through a purposive sampling technique. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using SPSS through validity testing, reliability testing, classical assumption tests, and simple linear regression analysis.

The results of the study indicate that Instagram advertising on @pule.coffee has a positive and significant influence on consumer loyalty at Pule Coffee CitraLand. The better the quality of the advertising delivered through Instagram, the higher the level of consumer loyalty toward Pule Coffee CitraLand. Therefore, Instagram advertising can serve as an effective promotional strategy for improving consumer loyalty.

Keywords: Instagram Advertising, Consumer Loyalty, Social Media, Pule Coffee CitraLand.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Makna Kreativitas dalam Iklan Axioo x JKT48 melalui Analisis Semiotika Roland Barthes” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi dalam proses penyusunan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat beserta seluruh jajaran wakil rektor yang telah memberikan fasilitas, kemudahan, dan kebijakan akademik yang sangat mendukung kelancaran studi penulis.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
4. Bapak Muhammad Ainani, S.IP., M.A. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah membimbing saya dari awal sampai akhir.
5. Bapak Dr. Muhammad Alif, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji 1
6. Bapak Muhammad Nizar Hidayat, S.IP., M.A. selaku Dosen Penguji 2

7. Seluruh Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang dengan tulus membagikan ilmu, pengalaman, serta nilai-nilai kehidupan selama penulis menempuh pendidikan.
8. Kepada Dian Febrianti yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis saat penggarapan skripsi ini, terimakasih banyak atas waktu dan semua hal lainnya yang membuat penulis merasa lebih senang dalam menjalani kehidupan
9. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua orang di dalam bidang ilmu pengetahuan.

Banjarmasin, 02 Oktober 2026

Penulis

Muhammad Reynaldi Fadillah

1910414210039

1.1 Latar Belakang Masalah.....	6
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
2.1 Penelitian Sejenis	16
2.2. Tinjauan Konseptual	23
2.2.1 Pengertian Iklan	23
2.2.2 Instagram.....	25
2.2.3 Pengertian Iklan dalam Instagram.....	26
2.2.4 Loyalitas.....	28
2.3. Tinjauan Teoritis.....	30
2.3.1 Teori Periklanan	30
2.3.1.1 Teori Stimulus-Organism-Response	31
2.3.1.2 Model AIDA	31
2.3.2 Teori Loyalitas Pelanggan.....	32
2.3.3 Hubungan antara periklanan dan loyalitas pelanggan.....	35
2.4 Kerangka Berpikir.....	35
3.1 Pendekatan Penelitian	38
3.2 Tipe Penelitian.....	39
3.3 Objek Penelitian	40
3.4 Jenis dan Sumber Data	41
3.5 Populasi dan Sampel	42
3.5.1 Populasi.....	43
3.5.2 Sampel.....	43
3.6 Definisi Operasional Variabel	45
3.6.1 Variabel Bebas (Independen)	46
3.6.2 Variabel Terikat (Dependen)	49
3.7 Teknik Pengumpulan Data	52
3.7.1 Penelitian Lapangan	52
3.7.2 Penelitian Kepustakaan	53

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
3.8.1 Uji Validitas.....	54
3.8.2 Uji Realibilitas	55
3.9 Teknik Analisis Data	56
3.9.1 Uji Asumsi Klasik	57
3.9.2 Uji Regresi Linear Sederhana	59
3.9.3 Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)	60
3.9.4 Uji Hipotesis (Uji t).....	61
4.1 Gambaran Umum.....	62
4.1.1 Profil Perusahaan	62
4.1.3 Visi dan Misi Pule Coffee	63
4.1.4 Akun Instagram @pule.coffee.....	63
4.2 Karakteristik Responden	64
4.2.1 Responden Berlandaskan Jenis Kelamin	64
4.2.2 Responden Berlandaskan Umur.....	65
4.3 Hasil Penelitian	66
4.3.1 Identifikasi Variabel Bebas (X):.....	66
4.3.2 Identifikasi Variabel Terikat (Y) :	72
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	78
4.3.3.1 Uji Normalitas.....	78
4.3.3.2 Uji Linearitas.....	80
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.3.4 Uji Regresi Linear Sederhana	81
4.4 Pembahasan.....	87
4.4.1 Isi Pesan Iklan	87
4.4.2 Daya Tarik Visual.....	89
4.4.3 Frekuensi Paparan Iklan.....	90
4.4.4 Loyalitas Konsumen Pule Coffee Citra Land	91
4.4.5 Pengaruh Iklan Instagram @pule.coffee terhadap Loyalitas Konsumen Pule Coffee Citra Land.....	93
4.4.6 Teori AIDA.....	96
5.1 KESIMPULAN	99

5.2 Saran.....	100
LAMPIRAN.....	104