

SKRIPSI

**PENGARUH PEMASARAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM
DAN *STORE ATMOSPHERE* INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK YOUNKI'S PIZZA &
MOCKTAILS DI KOTA BANJARMASIN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Disusun Oleh :

Muhammad Akmal

2010412210024



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

2025


LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PEMASARAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM DAN STORE ATMOSPHERE INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK YOUNKI'S PIZZA & MOCKTAILS DI KOTA BANJARMASIN.

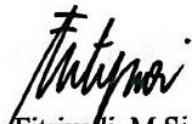
- A. Nama Mahasiswa : Muhammad Akmal
NIM : 2010412210024
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- a. Pembimbing
Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA (.....)
NIP. 196701131994031001
- b. Penguji I
Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB (.....)
NIP.197604132000121002
- c. Penguji II
Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si (.....)
NIP. 197104201999031001

Banjarmasin, 19 Agustus 2025

Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis


Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos. M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing


Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
NIP. 196701131994031001

Mengetahui

Dekan FISIP ULM


Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si
NIP. 197301221998021001



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/>

SURAT TUGAS

Nomor : 3350/UN8.1.13/KP.10.00/2025

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

1. Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
2. Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
3. Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si

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

Nama : Muhammad Akmal
NIM : 2010412210024
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran Sosial Media Instagram dan Store
Atmosphere Instagram Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Younki's Pizza & Mocktails di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Jum'at, 20 Juni 2025
J a m : 14:00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 18 Juni 2025
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001





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 Jum'at tanggal 20 bulan Juni tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3350/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 18 Juni 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Muhammad Akmal
NIM : 2010412210024
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Pemasaran Sosial Media Instagram dan Store Atmosphere Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Younki's Pizza & Mocktails di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 14:00 Wita s.d Selesai
Nilai : **81,6 (A)**
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 : 20 Juni 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Muhammad Akmal

1. Ketua : Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
()
2. Sekretaris : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
()
3. Anggota : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
()

Mengotahui/membenarkan :
Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa. Atas rahmat dan hidayah-Nya, saya sebagai penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi saya yang berjudul "*Pengaruh Pemasaran Sosial Media Instagram dan Store Atmosphere Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Younki's Pizza & Mocktails di Kota Banjarmasin*" dengan baik dan tepat waktu. Proposal ini disusun sebagai syarat kelulusan tingkat Sarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

Ucapan terima kasih disampaikan penulis kepada semua pihak yang bersedia memberi bimbingan serta bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini, pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Lambung Mangkurat.

5. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA selaku pembimbing yang selalu memberi arahan, motivasi, serta bimbingan sehingga penulis dapat bisa menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
6. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku penguji I yang telah memberi kritik serta saran yang membangun sehingga penulis dapat memperbaiki skripsi ini.
7. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si selaku penguji II yang telah memberi masukan yang baik demi membuat skripsi ini menjadi lebih baik lagi.
8. Seluruh dosen dan staff program studi Administrasi Bisnis yang sudah banyak memberi ilmu yang berguna dan bermanfaat yang kelak akan membantu di masa depan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kesalahan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun dapat diberikan sehingga diharapkan dapat membantu membuat skripsi ini lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca, amin ya rabbal alamin.

Banjarmasin, 25 Mei 2025



Muhammad Akmal

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas selesainya skripsi ini.

Oleh karena itu kripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Orang tua saya, yang sudah memberi doa, support, serta semangat tak henti-hentinya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan jauh lebih mudah. Terima kasih banyak atas semua dukungan dan mengusahakan segalanya baik secara material maupun mental selama ini sehingga saya mampu hidup dan sampai pada tahap ini.
2. Diri saya sendiri, yang membuktikan bahwa saya mampu meraih apa yang saya inginkan karena tidak pernah patah semangat dalam menghadapi rintangan sehingga sampai di titik ini dengan menempuh semua proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir. Semoga dengan selesainya skripsi ini membuka jalan baru pada kehidupan yang jauh lebih baik di masa depan.
3. Sahabat saya, yang selalu ada disaat saya senang maupun susah. Terima kasih karena selalu membantu dalam segala hal dan memberikan dukungan maupun masukan, salah satunya adalah membantu dalam proses pembuatan skripsi ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lebih baik.
4. Pacar saya, yang selalu memberikan motivasi, tenaga, pikiran, serta pengertian betapa pentingnya skripsi ini sehingga saya lebih semangat dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai. Terima kasih karena kehadiranmu banyak memberikan dampak positif dalam kehidupan saya.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali dari dosen pembimbing dan masukan dari tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah disitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 19 Agustus 2025

pernyataan,



Muhammad Akmal
NIM. 2010412210024

ABSTRAK

Muhammad Akmal, 2010412210024, 2025. Pengaruh Pemasaran Sosial Media Instagram dan *Store Atmosphere* Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Younki's Pizza & Mocktails di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan bapak Fitriyadi.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pemasaran sosial media Instagram dan *store atmosphere* Instagram terhadap keputusan pembelian produk Younki's Pizza & Mocktails di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, tipe penelitian yang digunakan yaitu eksplanatori. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling sebanyak 50 responden yang berlokasi di Kota Banjarmasin. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuisisioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan *software IBM SPSS statistic* versi 30.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran sosial media berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Younki's Pizza & Mocktails di Kota Banjarmasin. *Store atmosphere* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk Younki's Pizza & Mocktails di Kota Banjarmasin. Serta pemasaran sosial media dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Younki's Pizza & Mocktails di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci : Pemasaran Sosial Media, *Store Atmosphere*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Muhammad Akmal, 2010412210024, 2025. The Influence of Instagram Social Media Marketing and Store Atmosphere Instagram on Purchasing Decision for Younki's Pizza & Mocktails Product in Banjarmasin City, under the guidance of Mr. Fitriyadi.

This study aims to determine the effect of Instagram social media marketing and store atmosphere Instagram on purchasing decision for Younki's Pizza & Mocktails Product in Banjarmasin City.

This research used a quantitative approach, the type of research is explanatory. Sampling in this research using non-probability sampling with 50 respondents with location of Banjarmasin City. Data collection was taken using quisionnaire. Data analysis used multiple linear regression with IBM SPSS statistic version 30 software.

The results of the research shows that social media marketing has significant influence partially on purchasing decision for Younki's Pizza & Mocktails Product in Banjarmasin City. Store atmosphere has significant influence partially on purchasing decision for Younki's Pizza & Mocktails Product in Banjarmasin City. Social media marketing and store atmosphere has significant influence simultaniously on purchasing decision for Younki's Pizza & Mocktails Product in Banjarmasin City

Keywords : Social Media Marketing, Store Atmosphere, purchasing decision

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT TUGAS.....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Tujuan Penelitian.....	17
1.4. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19

2.1. Landasan Teori.....	19
2.1.1. Pemasaran.....	19
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	21
2.1.3. Konsep Pemasaran Sosial Media.....	22
2.1.4. Indikator Pemasaran Sosial Media	23
2.1.5. Konsep <i>Store Atmosphere</i>	25
2.1.6. Indikator <i>Store Atmosphere</i>	26
2.1.7. Konsep Keputusan Pembelian.....	26
2.1.8. Indikator Keputusan Pembelian.....	29
2.2. Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Hipotesis dan Model Penelitian	35
2.3.1. Hipotesis.....	35
2.3.2. Model Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Pendekatan Penelitian.....	40
3.2. Desain Penelitian.....	40
3.3. Lokasi Penelitian	41
3.4. Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	41
3.4.1. Populasi.....	41
3.4.2. Sampel.....	41
3.4.3. Teknik Sampling.....	42
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	42
3.5.1. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	43

3.5.1.1.Pemasaran Sosial Media	43
3.5.1.2. <i>Store Atmosphere</i>	44
3.5.2. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	46
3.5.2.1.Keputusan Pembelian	46
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.7. Teknik Analisa Data.....	52
3.7.1. Skala Pengukuran	52
3.7.2. Uji Validitas dan Reabilitas.....	53
3.7.2.1.Uji Validitas	53
3.7.2.2.Uji Reabilitas.....	53
3.7.3. Uji Asumsi.....	54
3.7.4. Deskriptif Statik.....	56
3.7.5. Alat Uji Hipotesis	56
3.7.5.1.Uji T	56
3.7.5.2.Uji F.....	57
3.7.5.3.Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
BAB IV HASIL PENELITIAN	59
4.1. Profil Responden	59
4.1.1. Domisili.....	59
4.1.2. Jenis Kelamin	60
4.1.3. Usia	61
4.1.4. Pekerjaan	62
4.1.5. Penghasilan/Uang Saku.....	63

4.2. Deskriptif Variabel	64
4.2.1. Pemasaran Sosial Media (X1)	64
4.2.2. Store Atmosphere (X2)	69
4.2.3. Keputusan Pembelian (Y)	74
4.3. Uji Validitas dan Reabilitas	81
4.3.1. Uji Validitas	81
4.3.2. Uji Reabilitas	82
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	83
4.4.1. Uji Normalitas	83
4.4.2. Uji Multikolinearitas	85
4.4.3. Uji Heterokedastisitas	86
4.4.4. Uji Regresi Linear Berganda	87
4.5. Uji Hipotesis	89
4.5.1. Uji T (Parsial)	89
4.5.2. Uji F (Simultan)	91
4.5.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91
BAB V PEMBAHASAN HASIL	93
5.1. Pembahasan.....	93
5.1.1. Pengaruh Pemasaran Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian	93
5.1.2. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian....	95
5.1.3. Pengaruh Pemasaran Sosial Media dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian	96

5.2. Implikasi Hasil Penelitian.....	98
5.2.1. Pemasaran Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian	98
5.2.2. Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian	99
5.2.3. Pemasaran Sosial Media dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian.....	101
5.3. Keterbatasan Penelitian	103
BAB VI PENUTUP	104
6.1. Kesimpulan	104
6.2. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	5
Tabel 1.2	7
Tabel 1.3	8
Tabel 2.1	29
Tabel 3.1	47
Tabel 3.2	52
Tabel 3.3	56
Tabel 4.1	59
Tabel 4.2	60
Tabel 4.3	61
Tabel 4.4	62
Tabel 4.5	63
Tabel 4.6	64
Tabel 4.7	69
Tabel 4.8	74
Tabel 4.9	81
Tabel 4.10	82
Tabel 4.11	85
Tabel 4.12	86
Tabel 4.13	88
Tabel 4.14	90
Tabel 4.15	91

Tabel 4.16.....	92
-----------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	9
Gambar 1.2	14
Gambar 1.3	15
Gambar 2.1	39
Gambar 4.1	83
Gambar 4.2	84
Gambar 4.3	87
Gambar 5.1	101