

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN GRASINDO**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh  
**BINTANG CIPTA PRASETYA**  
**20.92.0270**

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**  
**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**  
**YOGYAKARTA**

**2025**

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN GRASINDO**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana  
Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

**BINTANG CIPTA PRASETYA**

**20.92.0270**

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN GRASINDO**

yang disusun dan diajukan oleh

**Bintang Cipta Prasetya**

**20.92.0270**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 17 Juli 2025

**Dosen Pembimbing,**



**Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI**  
**NIK. 190302303**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KONTEN INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN GRASINDO**

yang disusun dan diajukan oleh

**Bintang Cipta Prasetya**

**20.92.0270**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 17 Juli 2025

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Nurhayanto, SE, MBA**  
**NIK. 190302578**

**Yusuf Amri Amrullah, SE, M.M**  
**NIK. 190302308**

**Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI**  
**NIK. 190302303**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis  
Tanggal 17 Juli 2025

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, ST, M.Kom., Ph.D.**  
**NIK. 190302125**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

**Nama mahasiswa : Bintang Cipta Prasetya**  
**NIM : 20.92.0270**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

### **Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Beli Konsumen GRASINDO**

Dosen Pembimbing : Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, <tanggal lulus ujian skripsi>

Yang Menyatakan,



Bintang Cipta Prasetya

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

**Allah SWT,**

Atas segala rahmat, petunjuk, dan kekuatan yang senantiasa menyertai setiap langkah.

**Keluarga, terutama kedua orang tua tercinta**

Yang telah memberikan cinta, doa, dukungan, dan pengorbanan yang tiada henti. Terima kasih atas kesabaran dan kasih sayang yang tulus.

**Ibu Tanti Prita Hapsari, SE, M.Si,**

Selaku dosen pembimbing, atas segala bimbingan, arahan, dan ilmu yang diberikan dengan sabar selama proses penyusunan skripsi ini.

**Stefany,**

Yang dengan tulus memberi dukungan dan doa serta menjadi sumber semangat yang menguatkan di saat penulis merasa lelah dan ingin menyerah saat menyusun karya ini.

**Seluruh sahabat dan teman seperjuangan,**

Yang telah menemani, membantu, dan memberikan semangat selama masa perkuliahan hingga tersusunnya skripsi ini.

**Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu,**

Terima kasih atas kontribusi dan bantuannya selama proses penelitian hingga penyusunan skripsi ini.

Semoga karya ini dapat menjadi langkah kecil yang bermanfaat bagi dunia akademik dan menjadi kebanggaan bagi semua yang mendukung penulis.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Grasindo" dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Tanti Prita Hapsari, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing, atas bimbingan dan arahnya. Terima kasih juga kepada keluarga dan semua pihak yang telah mendukung, khususnya Stefani, atas dukungan dan semangat yang sangat berarti.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan ke depan.

Yogyakarta, 15 Juli 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                           |      |
|-------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                       | 1    |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....                 | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                  | ii   |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI ..... | iii  |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                 | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                      | v    |
| DAFTAR ISI .....                          | vi   |
| DAFTAR TABEL .....                        | ix   |
| DAFTAR GAMBAR .....                       | x    |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                     | xi   |
| DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN .....        | xii  |
| DAFTAR ISTILAH .....                      | xiii |
| INTISARI .....                            | xiv  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                     | xv   |
| BAB I PENDAHULUAN .....                   | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                  | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                 | 7    |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....               | 7    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....              | 7    |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....           | 8    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....             | 10   |
| 2.1 Instagram .....                       | 10   |

|                                     |                                                             |    |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------|----|
| 2.2                                 | Minat Beli Konsumen.....                                    | 15 |
| 2.3                                 | Pengaruh Konten Instagram terhadap Minat Beli Konsumen..... | 16 |
| 2.4                                 | Kerangka Penelitian.....                                    | 20 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....      |                                                             | 21 |
| 3.1                                 | Jenis Penelitian.....                                       | 21 |
| 3.2                                 | Teknik Pengumpulan Data.....                                | 21 |
| 3.3                                 | Sumber Data.....                                            | 22 |
| 3.4                                 | Waktu penelitian.....                                       | 22 |
| 3.5                                 | Populasi dan Sampel.....                                    | 23 |
| 3.6                                 | Teknik Sampling.....                                        | 23 |
| 3.7                                 | Variabel Penelitian.....                                    | 24 |
| 3.8                                 | Definisi Operasional Variabel.....                          | 25 |
| 3.9                                 | Skala Pengukuran Variabel.....                              | 33 |
| 3.10                                | Teknik Pengujian Instrumen.....                             | 34 |
| 3.11                                | Uji Asumsi Klasik.....                                      | 35 |
| 3.12                                | Uji Regresi Linear Sederhana.....                           | 37 |
| 3.13                                | Uji Hipotesis.....                                          | 38 |
| 3.14                                | Uji Koefisien Determinasi.....                              | 38 |
| BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... |                                                             | 40 |
| 4.1                                 | Gambaran Umum Perusahaan.....                               | 40 |
| 4.1.1                               | Profil Perusahaan GRASINDO.....                             | 40 |
| 4.2.1                               | Struktur Organisasi CV GRASINDO.....                        | 42 |
| 4.3                                 | Deskripsi Data.....                                         | 42 |
| 4.3.1                               | Karakteristik Responden.....                                | 43 |
| 4.3.1                               | Jenis Kelamin.....                                          | 43 |

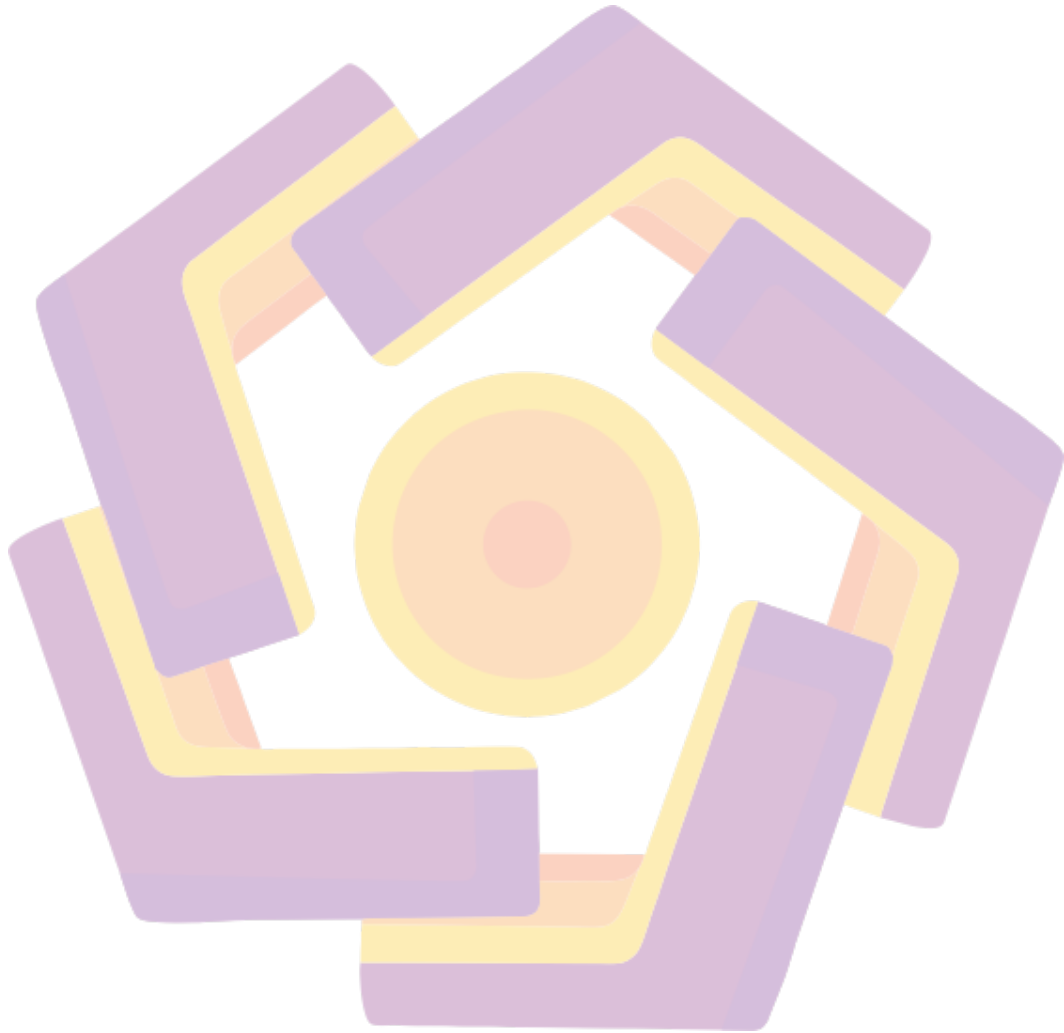
|                     |                                                    |    |
|---------------------|----------------------------------------------------|----|
| 4.3.2               | Usia.....                                          | 43 |
| 4.3.3               | Pendidikan Terakhir .....                          | 44 |
| 4.4                 | Hasil Analisis Instrumen.....                      | 45 |
| 4.4.1               | Hasil Uji Validitas Tahap <i>Pre-test</i> .....    | 45 |
| 4.4.2               | Hasil Uji Reliabilitas Tahap <i>Pre-test</i> ..... | 48 |
| 4.4.3               | Hasil Uji Validitas Sampel Besar.....              | 49 |
| 4.5                 | Hasil Uji Asumsi Klasik.....                       | 51 |
| 4.6                 | Hasil Analisis Data.....                           | 54 |
| 4.7                 | Pembahasan.....                                    | 56 |
| BAB V PENUTUP ..... |                                                    | 60 |
| 5.1                 | Kesimpulan.....                                    | 60 |
| 5.2                 | Saran.....                                         | 61 |
| REFERENSI.....      |                                                    | 64 |
| LAMPIRAN.....       |                                                    | 68 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....                           | 25 |
| Tabel 3.2 Skala Pengukuran Variabel.....                               | 33 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....       | 43 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                | 43 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 44 |
| Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Tahap <i>Pre-test</i> .....              | 45 |
| Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Tahap <i>Pre-test</i> .....           | 48 |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....                                     | 49 |
| Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas.....                                    | 51 |
| Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....                                    | 51 |
| Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....                           | 52 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi.....                                 | 52 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....                     | 53 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis.....                                    | 55 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi).....                | 56 |

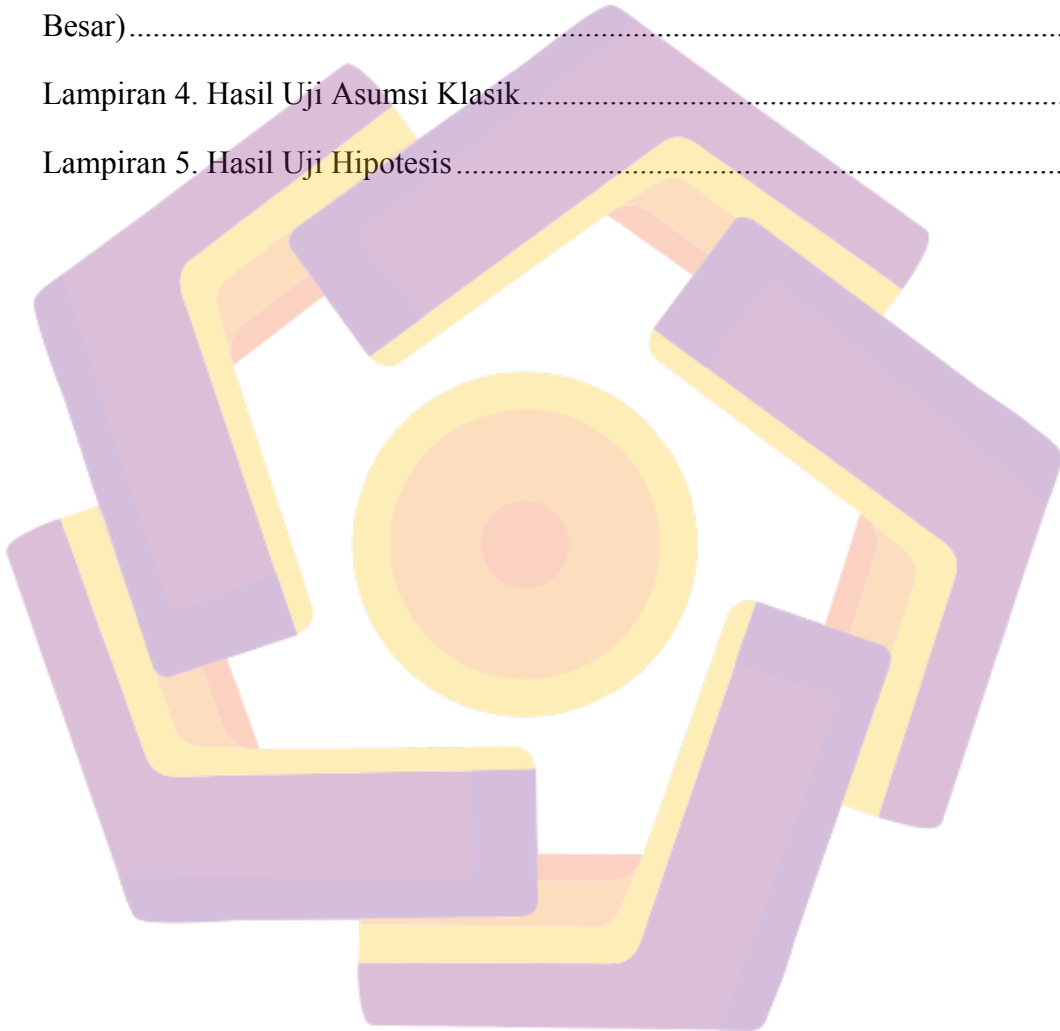
## DAFTAR GAMBAR

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....         | 20 |
| Gambar 4.1 Tampilan Instagram GRASINDO.....  | 41 |
| Gambar 4.2 Bagan Organisasi CV GRASINDO..... | 42 |



## DAFTAR LAMPIRAN

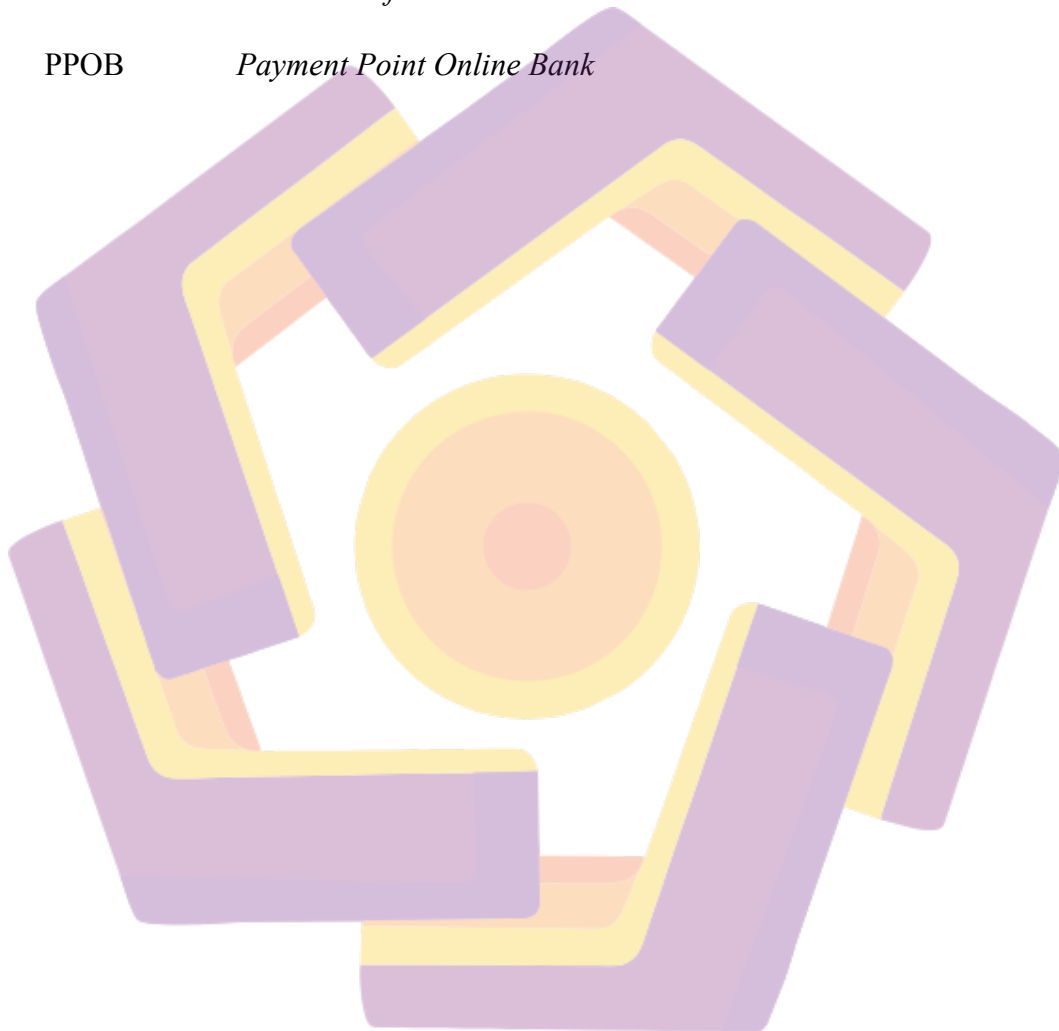
|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Kuesioner Uji Coba Penelitian ( <i>Pretest</i> ).....                               | 68 |
| Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas tahap <i>Pretest</i> .....                       | 77 |
| Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Setelah Tahap <i>Pretest</i> (Sampel Besar)..... | 80 |
| Lampiran 4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....                                                        | 83 |
| Lampiran 5. Hasil Uji Hipotesis.....                                                            | 85 |



S

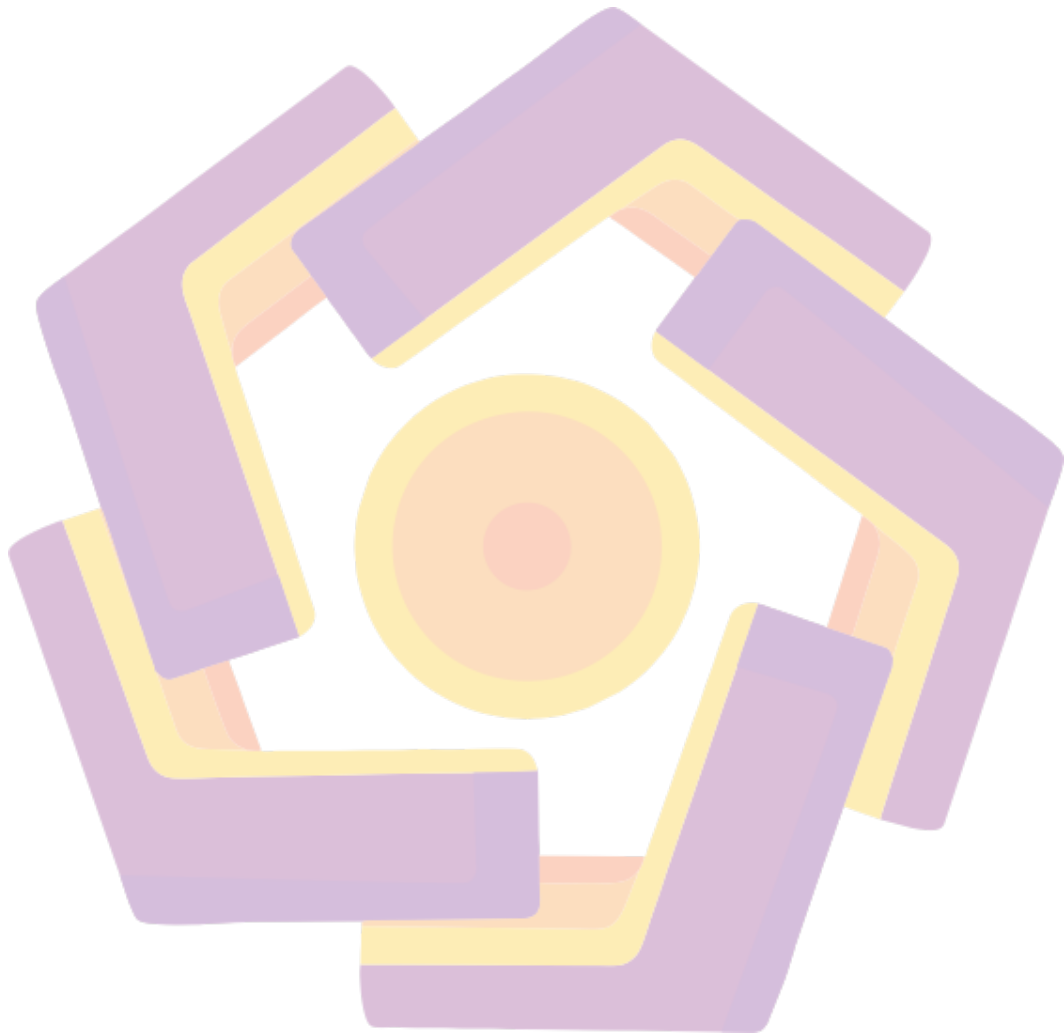
## DAFTAR LAMBANG DAN SINGKATAN

|      |                                  |
|------|----------------------------------|
| OLS  | <i>Ordinal Least Square</i>      |
| VIF  | <i>Variance Inflation Factor</i> |
| PPOB | <i>Payment Point Online Bank</i> |



## DAFTAR ISTILAH

Konstanta      Nilai tetap yang tidak berubah selama berjalannya suatu proses atau program



## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten Instagram terhadap minat beli konsumen GRASINDO. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 103 responden yang merupakan pengguna aktif Instagram dan pernah berinteraksi dengan akun @GRASINDOshop. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten Instagram berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 71,2%. Hal ini mengindikasikan bahwa konten Instagram yang menarik dan informatif dapat meningkatkan minat beli konsumen. Saran untuk GRASINDO antara lain meningkatkan konsistensi konten, optimalisasi konten promosi, dan monitoring performa konten secara berkala.

**Kata kunci:** Konten Instagram, Minat Beli, GRASINDO, Pemasaran Digital, Media Sosial.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Instagram content on the purchasing interest of GRASINDO consumers. A quantitative research method was employed by distributing questionnaires to 103 respondents who are active Instagram users and have interacted with the @GRASINDOshop account. Data were analyzed using simple linear regression with the help of SPSS 25. The results indicate that Instagram content has a significant effect on consumer purchasing interest, with a coefficient of determination ( $R^2$ ) of 71.2%. This suggests that attractive and informative Instagram content can enhance consumer purchasing interest. Recommendations for GRASINDO include improving content consistency, optimizing promotional content, and regularly monitoring content performance.*

**Keyword:** *Instagram Content, Purchase Interest, GRASINDO, Digital Marketing, Social Media.*