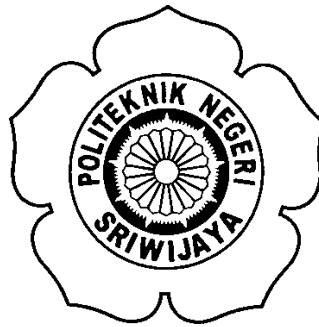


**ANALISIS *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *THRIFTING*
PADA BOSS BEDJE PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh :

**NADYA DALLILA
NPM 061930600715**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG**

2022

ANALISIS SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM
TERHADAP MINAT BELI PRODUK THRIFTING
PADA BOSS BEDJE PALEMBANG



LAPORAN AKHIR

OLEH :

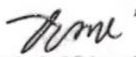
NADYA DALLILA
NPM 061930600715

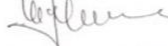
Menyetujui,

Palembang, Agustus 2022

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Deslochal Bjunrianti, S.E., MIS., Ph.D
NIP 196812061990032003


Titi Andriyani, S.E., M.Si
NIP 197310192001122001

Mengetahui,

Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis

Koordinator Program Studi
D-III Administrasi Bisnis


Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB
NIP 197602222002121001


Fetty Maretha, S.E., M.M
NIP 198203242008012009

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Dallila
NPM : 061930600715
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Analisis *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Minat Beli Produk *Thrifting* Pada Boss Bedje Palembang

Dengna ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanla plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Nadya Dallila

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Dallila

NPM : 06193060715

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/D3 Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran

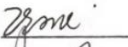
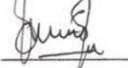
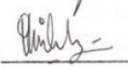
Judul Laporan Akhir : Analisis *Social Media Marketing* Instagram
Terhadap Minat Beli Produk *Thrifting* Pada Boss
Bedje Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari:

Tanggal:

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Deslochah Djumrianti, S.E.MIS., Ph.D</u> Ketua Penguji		<u>15-8-2022</u>
2.	<u>Pridson Mandiangan, S.E., M.M</u> Anggota Penguji		<u>15-8-2022</u>
3.	<u>Mariskha Z., S.E., M.M</u> Anggota Penguji		<u>16-8-2022</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sekecil apapun harapannya, teruslah mengejar mimpimu dan percayakan kepada tuhanmu yang selalu memberimu jalan”
Nadya Dallila

“Dan Dia bersama kamu di mana saja kamu berada. Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan”
(Q.S Al-Hadid: 4)

Kupersembahkan untuk:

- ❖ Ayah dan Ibu tercinta
- ❖ Saudara-saudariku tersayang
- ❖ Sahabat-Sahabat terbaik ku
- ❖ Rekan dan teman-teman kelas 6 NC 2019
- ❖ Politeknik Negeri Sriwijaya

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M., selaku Kaprodi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Ibu Deosloehal Djumrianti, S.E.MIS., Ph.D., selaku Pembimbing I yang telah bersedia memberikan waktu, pikiran dan tenaga dalam membantu penulisan laporan ini sampai selesai.
6. Ibu Titi Andriyani, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II yang juga telah bersedia memberikan waktu, pikiran dan tenaga dalam membantu penulisan laporan ini sampai selesai.
7. Ayah dan Ibu serta Kakak Perempuan saya yang telah memberikan penulis semangat serta dukungan tak terhingga dari awal hingga akhir, baik materil maupun non materil, serta doa yang diaturkan untuk dapat menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya.
8. *Owner Thriftshop* Boss Bedje Palembang yang telah memberikan izinnya untuk dapat melaksanakan penelitian ini di *Thriftshop* Boss Bedje Palembang.
9. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan bekal ilmu dan bimbingan kepada penulis.

10. Kepada teman-teman Wisuda Demis Bareng (Anik, Pidel, Widi, Ence, Ripa, Mbak kai, Mia) yang telah memberikan penulis keluarga kedua, pengalaman, dan kebahagiaan yang tiada henti nya.
11. Kepada Anik, Pidel, Widi, dan Ence yang sudah ikut membantu menemani saya di detik terakhir pembuatan Laporan Akhir ini.
12. Rekan sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman di kelas 6 NC (Mbak kai, Humai, Putri, Ami, dan Syahira) Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberi semangat serta dukungan kepada penulis.
13. Teman lama saya (Bilqis dan Lala) yang selalu menjadi tempat saya pulang untuk berbagi cerita
14. Teman-teman UKM simpony angkatan 9 dan kakak-kakak simpony yang selalu menjadi rumah kebahagiaan selama proses perkuliahan .

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapatkan limpahan balasan pahala dari Allah SWT. Aamiin.

Palembang, Juli 2022

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami haturkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya yang telah memberikan banyak kesempatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Laporan akhir ini berjudul “Analisis *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Minat Beli Produk *Thrifting* Pada Boss Bedje Palembang”. Laporan ini membahas tentang bagaimana pengaruh *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Minat Beli Produk *Thrifting*, yang terdiri dari dua variabel yaitu *Social Media Marketing* dan Minat Beli. Pada penelitian ini penulis, menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode perhitungan IS (Interpretasi Skor) dan Skala Likert, persentase jawaban.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan laporan masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi penulisan maupun materinya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun untuk kesempurnaan laporan kerja praktek ini.

Akhir kata, penulis berharap agar laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi penulis dan mahasiswa jurusan Administrasi Bisnis di masa yang akan datang.

Palembang, Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

Laporan akhir ini berjudul “Analisis *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Minat Beli Produk *Thrifting* Pada Boss Bedje Palembang”. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer berupa wawancara yang diambil dari pemilik *thriftshop* dan kuisisioner dengan menggunakan *google form* ke *Followers* Instagram. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif kualitatif dengan jumlah sampel 100 responden. Hasil dari penelitian ini juga berdasarkan indikator *Social Media Marketing* yaitu *Online Communities* memperoleh rata-rata indeks sebesar 83,95% “Sangat Tinggi”, *Interaction* memperoleh rata-rata indeks sebesar 81,6% , *Sharing of content* memperoleh rata-rata indeks sebesar 82,1% “Sangat Tinggi”, *Accesibility* memperoleh rata-rata indeks sebesar 81,1%, “Sangat Tinggi”, *Credibility* memperoleh rata-rata indeks sebesar 83,25% “Sangat Tinggi”, dan indikator Minat Beli yaitu Minat Transaksional memperoleh rata-rata indeks sebesar 83,6% “Sangat Tinggi”, Minat Referensial memperoleh rata-rata indeks sebesar,83,5% “Sangat Tinggi”, Minat Preferensial memperoleh rata-rata indeks sebesar,82,6% “Sangat Tinggi”, Minat Eksploratif memperoleh rata-rata indeks sebesar 83,25% “Sangat Tinggi”. Saran yang dapat diberikan sebaiknya Boss Bedje menambah admin atau *Automatic Broadcast Respond* untuk mempercepat dalam memberikan respon kepada konsumen.

Kata Kunci: Social Media Marketing, Instagram

ABSTRACT

This final report is entitled "Instagram Social Media Marketing Analysis of Interest in Buying Thrifting Products at Boss Bedje Palembang". This study aims to determine the influence of Instagram Social Media Marketing to Thrifting Products. The source of data in this study is primary data on interviews taken from thriftshop owners and spread questionnaires to Instagram followers and secondary data in the form of history, sales data, and journals related to this study. This is a qualitative research with a qualitative quantitative method, sample for this current study is 100 respondents. The results of this study are also based on Social Media Marketing indicators, namely Online Communities obtained an average index of 83.95% "Very High", Interaction obtained an average index of 81.6% "Very High", Sharing of content obtained an average index of 82.1% "Very High", Accesibility obtained an average index of 81.1% "Very High", Credibility obtained an average index of 83.25% "Very High", and the Buying Interest indicator, namely Transactional Interest obtained an index average of 83.6% "Very High", Referential Interest obtained an index average of 83.5% "Very High", Preferenceal Interest obtained an index average of 82.6% "Very High", Exploratory Interest obtained an index average of 83.25% "Very High". It is suggested that Boss Bedje should provides more staff for admin serve customers or use Automatic Broadcast Respond to give respond faster automatically.

Keywords: Instagram Social Media Marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	10
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Metodologi Penelitian.....	11
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	11
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	12
1.5.4 Populasi dan Sampel.....	13
1.5.5 Analisis Data	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 <i>Social Media Marketing</i>	18
2.1.1 <i>Pengertian Social Media Marketing</i>	18
2.1.1.1 <i>Indikator Social Media Marketing</i>	18

2.1.2 Media Sosial Instagram	18
2.2 Minat Beli.....	19
2.2.1 Pengertian Minat Beli	19
2.2.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Beli.....	20
2.2.3 Indikator Minat Beli	21
2.2.4 Pengertian <i>Thrifting</i> dan <i>Thriftshop</i>	21
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	23
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	23
3.2 Visi Misi dan Logo Boss Bedje	24
3.2.1 Visi Perusahaan	24
3.2.2 Misi Perusahaan	24
3.2.3 Logo Perusahaan	24
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	25
3.3.1 Struktur Organisasi	25
3.3.2 Pembagian Tugas.....	25
3.4 Produk Yang Di Hasilkan	26
3.5 Profil Responden	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Hasil Perhitungan Kuisisioner Berdasarkan Indikator	
<i>Social Media Marketing</i>	31
4.1.1 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Online Communities</i>	31
4.1.2 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Interaction</i>	33
4.1.3 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Sharing Of Content</i>	35
4.1.4 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Accesibility</i>	37
4.1.5 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>credibility</i>	39
4.2 Hasil Perhitungan Kuisisioner Berdasarkan Indikator Minat Beli	41
4.2.1 Minat Beli Produk Berdasarkan Minat Transaksional.....	41
4.2.2 Minat Beli Produk Berdasarkan Minat Referensial.....	43
4.2.3 Minat Beli Produk Berdasarkan Minat Preferensial.....	45
4.2.4 Minat Beli Produk Berdasarkan Minat Eksploratif	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Thriftshop</i> di Palembang	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Boss Bedje	8
Tabel 1.3 Data Penjualan Abeje <i>Thrift</i>	10
Tabel 1.4 Skala Likert	15
Tabel 1.5 Kriteria Interpretasi Skor	16
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	28
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	29
Tabel 4.1 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Online Communities</i>	31
Tabel 4.2 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Online Interacntion</i>	33
Tabel 4.3 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Online Sharing Of Content</i>	35
Tabel 4.4 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Online Interacntion</i>	37
Tabel 4.5 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Online Interacntion</i>	39
Tabel 4.6 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Online Interacntion</i>	41
Tabel 4.7 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Online Interacntion</i>	43
Tabel 4.8 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Online Interacntion</i>	45
Tabel 4.9 <i>Social Media Marketing</i> Terhadap <i>Online Interacntion</i>	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Instagram Di Dunia	2
Gambar 1.2 Akun Instagram Boss Bedje	6
Gambar 1.3 Saat Boss Bedje Live	7
Gambar 1.4 Saat Boss Bedje Live	7
Gambar 1.5 Akun Instagram Abeje <i>Thrift</i>	9
Gambar 1.6 Produk Jual Abeje <i>Thrift</i>	9
Gambar 3.1 Logo Boss Bedje	23
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Boss Bedje	24
Gambar 3.3 Produk <i>Blazzer</i> dan Celana Kulot Boss Bedje	26
Gambar 3.4 Produk Baju <i>Blouse</i> Boss Bedje	26
Gambar 3.5 Produk Baju <i>Dress</i> Boss Bedje	27
Gambar 3.6 Produk Rok Tunik Boss Bedje	27

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Pengambilan Data
2. Lembar Kesepakatan Bimbingan
3. Surat Balasan Perusahaan
4. Kuesioner
5. Lembar Kunjungan Mahasiswa
6. Lembar Bimbingan Mahasiswa
7. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir