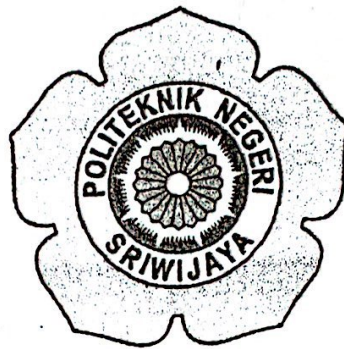


**PENGARUH PERIKLANAN MEDIA INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR DI TOKO
JUAL BELI MOTOR
TULUNG SELAPAN**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH:

**ECHA LEVISTA
NIM 061930601571**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
PALEMBANG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN




Nama : Echa Levista
NPM : 061930601571
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis / DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Metode Riset
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Periklanan Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Toko Jual Beli Motor Tulung Selapan

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi D3 Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

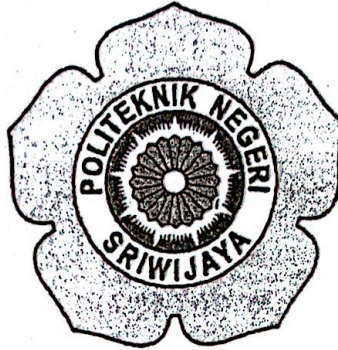
Pada hari : Rabu

Tanggal : 9 November 2022

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	<u>Desloehal Djumrianti. S.E. MIS. PhD</u>	
2.	<u>Dra. Esva Alhadi. M.M</u>	
3.	<u>Yusnizal Firdaus. S.E.. M.M</u>	

**PENGARUH PERIKLANAN MEDIA INSTAGRAM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SEPEDA MOTOR DI TOKO
JUAL BELI MOTOR
TULUNG SELAPAN**



LAPORAN AKHIR

OLEH:

**ECHA LEVISTA
NIM 061930601571**

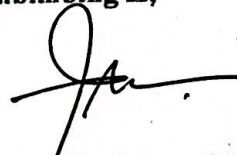
Menyetujui,

Pembimbing I,



**Dra. Esya Alhadi., M.M.
NIP 196309199003202**

**Palembang, 2022
Pembimbing II,**



**Dr. Heri Setiawan, S.E., MAB.
NIP 197602222002121001**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,**



**Dr. Heri Setiawan, S.E., MAB.
NIP 197602222002121001**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Echa Levista
NPM : 061930601571
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Metode Riset
Judul Laporan Akhir : Pengaruh Periklanan Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di toko Jual Beli Motor Tulung Selapan.

Dengan 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 bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalis 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, 2022
Yang membuat pernyataan,



Echa Levista
NPM 061930601571

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Hidup terlalu singkat untuk di sia-sia kan, Teruslah bergerak maju”

-Echa Levista

Kupersembahkan Kepada:

- ❖ **Kedua Orang Tua**
- ❖ **Saudara-Saudara ku**
- ❖ **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- ❖ **Teman-Teman Kelas 6 NM 2022**
- ❖ **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan inayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini tepat pada waktunya. Laporan Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul “Pengaruh Periklanan Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Toko Jual Beli Motor Tulung Selapan”. Laporan Akhir ini membahas mengenai pengaruh periklanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor di toko jual beli motor Tulung Selapan.

Penulis menyadari Laporan Akhir ini banyak terdapat kekurangan baik dari segi penulisan maupun pembahasannya. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Penulis berharap agar Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, 2022

Penulis

UCAPKAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini, penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bimbingan, bantuan, dorongan, dan saran serta do'a dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. 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 Koordinator Program Studi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Dra. Esya Alhadi., M.M, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan pengarahan dan bimbingan baik secara online maupun offline selama penulisan Laporan Akhir ini.
6. Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan pengarahan dan bimbingan baik secara online maupun offline selama penulisan Laporan Akhir ini.
7. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah membantu dalam penulisan Laporan Akhir ini.
8. Bapak Nando, selaku owner toko jual beli motor Tulung Selapan yang telah membantu dalam proses pengambilan data untuk penulisan Laporan Akhir ini.
9. Sahabat-sahabatku yang menemani suka maupun duka Muhammad Rafli, Pebriansah Saputra, Renaldo Ferari, Rohman Hidayatullah dan teman-

teman seperjuangan, khususnya kelas 6 NM yang telah membantu dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.

10. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga kita selalu mendapatkan perlindungan-Nya. Aamiin.

Palembang, 2022

Penulis

ABSTRAK

Penulisan laporan akhir ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh periklanan terhadap keputusan sepeda motor di toko jual beli motor Tulung Selapan. Adapaun target populasi pada penelitian ini adalah konsumen dari toko jual beli motor Tulung Selapan. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 83 orang responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan periklanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen toko jual beli motor tulung selapan. Peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) 16 for windows untuk menguji data yang telah diperoleh. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa periklanan memiliki hubungan positif dan keeratan hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian sepeda motor di toko jual beli motor Tulung Selapan.

Kata kunci: Periklanan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The writing of this final report aims to determine the effect of advertising on motorcycle decisions at the Tulung Selapan motorcycle shop. The target population in this study are consumers from the Tulung Selapan motorcycle shop. Data was collected by distributing questionnaires to 83 respondents. The method used in this study uses quantitative methods that aim to determine the relationship between advertising and purchasing decisions for consumers at the Tulung Selapan motorcycle buying and selling shop. Researchers used the SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 16 application for windows to test the data that had been obtained. From the results of the research that has been done, it can be seen that advertising has a positive relationship and a strong relationship with motorcycle purchasing decisions at the Tulung Selapan motorcycle buying and selling shop.

Keywords: *advertising, purchasing decisions.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Metodologi Penelitian	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data	6
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	6
1.5.4 Populasi dan Sampel	6
1.5.5 Operasional Variabel.....	8
1.5.6 Analisis Data	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Periklanan.....	12
2.1.1 Tujuan Periklanan.....	12
2.1.2 Media Periklanan.....	13
2.1.3 Jenis-jenis Iklan	14
2.1.4 Indikator Iklan	16
2.2 Instagram.....	17
2.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.3.1 Pihak yang Berperan dalam Keputusan Pembelian	18
2.3.2 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian	19
2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian	20

2.4 Kerangka Berfikir.....	21
2.5 Hipotesis.....	21
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	22
3.2 Visi, Misi dan Moto Perusahaan	22
3.2.1 Visi Perusahaan.....	22
3.2.2 Misi Perusahaan	23
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	23
3.3.1 Struktur Organisasi	23
3.3.2 Pembagian Tugas	23
3.4 Profil Responden.....	25
3.4.1 Penyajian Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	25
3.4.2 Penyajian Data Responden Berdasarkan Usia	26
3.4.3 Penyajian Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	26
3.4.4 Penyajian Data Responden Berdasarkan Penghasilan	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	29
4.1.1 Uji Hipotesis.....	33
4.1.2 Regresi Linear Sederhana.....	35
4.2 Pembahasan.....	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Jual Beli Motor Tulung Selapan.....	3
Tabel 1.2 Data Jumlah Konsumen Tahun 2019 s.d 2021	7
Tabel 1.3 Operasional Variabel.....	8
Tabel 2.1 Jenis Media Iklan	13
Tabel 3.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	25
Tabel 3.2 Responden Berdasarkan Usia.....	26
Tabel 3.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	26
Tabel 3.4 Responden Berdasarkan Penghasilan.....	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Periklanan (X)	30
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	31
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	33
Tabel 4.4 Hasil Uji t.....	34
Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	35