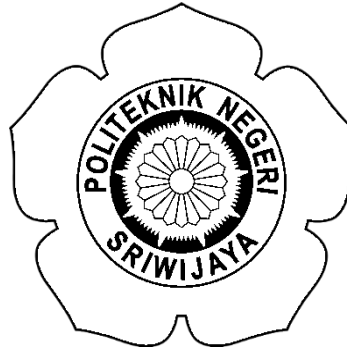


**ANALISIS *SOCIAL MEDIA MARKETING* INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGIKUTI KURSUS DI *MAGENTA*
LANGUAGE ACADEMY PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

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

OLEH :

**INDAH ANGELINA MAHARANI
NPM 062030601499**

**POLITEKNIK NEGERI SRWIJAYA
PALEMBANG
2023**

**ANALISIS SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGIKUTI KURSUS DI MAGENTA
LANGUAGE ACADEMY PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

OLEH :

**INDAH ANGELINA MAHARANI
NPM 062030601499**

Menyetujui,

Palembang, 22 Agustus 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Dr. Markoni, S.E., MBA.
NIP 196103251989031001**

**Titi Andriyani, S.E., M.Si.
NIP 197310192001122002**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

**Koordinator Program Studi
D. III Administrasi Bisnis,**



**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA.
NIP 19760222202121001**

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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indah Angelina Maharani

NPM : 062030601499

Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Administrasi Penjualan

Judul Laporan Akhir : Analisis *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Keputusan Konsumen Mengikuti Kursus di *Magenta Language Academy* Palembang

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/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, 22 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Indah Angelina Maharani
NPM 062030601499

LEMBAR PENGESAHAN

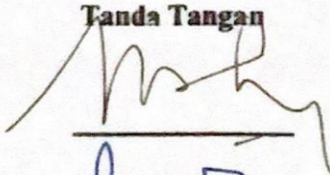
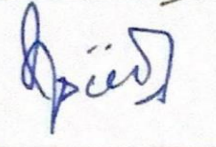
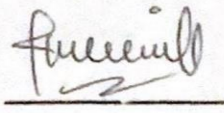
Nama : Indah Angelina Maharani
NPM : 062030601499
Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis/ D3 Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Administrasi Penjualan
Judul Laporan Akhir : Analisis *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Keputusan Konsumen Mengikuti Kursus di *Magenta Language Academy* Palembang

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

Pada Hari: Selasa

Tanggal: 22 Agustus 2023

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Dr. Markoni, S.E., MBA</u> Ketua Penguji		<u>22 Agustus 2023</u>
2.	<u>Lisnini, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji		<u>22 Agustus 2023</u>
3.	<u>Dr. Neneng Miskiyah, S.E., M.Si</u> Anggota Penguji		<u>22 Agustus 2023</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Aku yakin bahwa apa yang telah aku lewatkan tidak akan pernah jadi takdirku, dan apa yang menjadi takdirku tidak akan pernah melewatkanaku”

(Indah Angelina Maharani)

Kupersembahkan kepada:

- ❖ **Kedua Orang Tua yang tercinta**
- ❖ **Saudara-saudara ku Tersayang**
- ❖ **Teman-teman kelas 6ND**
- ❖ **Politeknik Negeri Sriwijaya**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhannahu Wa Ta'ala, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Akhir ini tepat pada waktunya.

Laporan akhir ini berjudul “Analisis *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Keputusan Konsumen Mengikuti Kursus di Magenta Language Academy Palembang”. Laporan akhir ini bertujuan untuk membahas Apakah *Social Media Marketing* Instagram Berpengaruh Terhadap Minat Mengikuti Kursus di *Magenta Language Academy Palembang*, yang terdiri dari dua variabel yaitu *Social Media Marketing* dan Keputusan Konsumen Mengikuti Kursus. Pada penelitian ini penulis, menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan Skala Likert dan diolah dengan SPSS. Penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk mengikuti kursus di Magenta Language Academy Palembang, dengan pengaruh sebesar 82,8% dan sisanya sebesar 17,2% dipengaruhi faktor lain.

Saya menyadari Laporan akhir ini banyak terdapat kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan baik segi penyajian maupun segi pembahasannya, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan ilmu yang penulis miliki. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun demi perbaikan di masa yang akan datang.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan semangat dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini

Palembang, 22 Agustus 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penulisan Laporan akhir ini, saya banyak sekali mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, S.T., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA., 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 Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Markoni, S.E., MBA., 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 telah bersedia memberikan waktu, pikiran dan tenaga dalam membantu penulisan laporan ini sampai selesai.
7. Bapak Johnson Iskandar selaku Pimpinan beserta seluruh staf dan pengajar *Magenta Language Academy* Palembang.
8. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan pengajaran dan pengarahan kepada penulis.
9. Kedua orang tua tercinta dan abang Bobby serta adik-adik saya Radit dan Beckham yang saya sayangi, terima kasih atas semua doa yang selalu dipanjatkan dan semangat serta dukungan yang selalu diberikan.

10. Teman-teman sesama mahasiswa Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya teman-teman di kelas 6 ND Jurusan Administrasi Bisnis yang telah memberi semangat serta dukungan kepada penulis.
11. Seluruh teman-teman UKM WPS di Politeknik Negeri Sriwijaya dan teman-teman organisasi di luar kampus.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Akhir ini.

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, 22 Agustus 2023

Penulis

ABSTRAK

Judul Laporan Akhir ini adalah “Analisis *Social Media Marketing* Instagram Terhadap Keputusan Konsumen Mengikuti Kursus di *Magenta Language Academy* Palembang”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Social Media Marketing* melalui Instagram berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk mengikuti kursus di *Magenta Language Academy* Palembang. *Social Media Marketing* terbagi dalam 4 dimensi yaitu *Context* (Konteks), *Communication* (Komunikasi), *Collaboration* (Kolaborasi), dan *Connection* (Koneksi). Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang didapat berupa data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu pengamatan melalui Instagram *Magenta language*, riset lapangan yang menggunakan kuesioner, dokumen serta riset kepustakaan. Populasi dalam penelitian ini sendiri diambil dari para pengikut (*followers*) pada Instagram *Magenta language* dengan sampel sebanyak 99 responden. Data Analisa menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan Skala Linkert dan SPSS versi 23 *for windows*. Hasil dari penelitian ini adalah *Social Media Marketing* Instagram berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk mengikuti kursus di *Magenta Language Academy* Palembang. Pengaruh yang didapat dari *social media marketing* terhadap keputusan mengikuti kursus adalah sebesar 82,8% dan sisanya sebesar 17,2% dipengaruhi faktor lain seperti fasilitas yang tersedia, kurikulum yang relevan, dan kualitas pengajar yang mana tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Social media marketing, Keputusan konsumen mengikuti kursus, Konteks, Komunikasi, Kolaborasi, dan Koneksi.*

ABSTRACT

The title of this final report is “Social Media Marketing Analysis of Instagram Against Consumer Decisions Following Course at Magenta Language Academy Palembang”. The purpose of this research is to find out and analyze Social Media Marketing through Instagram influences consumer decisions to take courses at Magenta Language Academy Palembang. Social Media Marketing is divided into four dimensions, Context, Communication, Collaboration, and Connection. The types of data used are qualitative data and quantitative data. The data sources obtained are primary data and secondary data. The data collection methods used by the author are observations through Instagram Magenta language, field research using questionnaires, documents, and library research. The population in the study itself was taken from followers on Instagram Magenta language with a sample of 99 respondents. Data Analysis uses qualitative and quantitative research methods using the Linkert Scale and SPSS version 23 for Windows. The results of this study are Social Media Marketing Instagram affects consumer decisions to take courses at Magenta Language Academy Palembang. The influence obtained from social media marketing on the decision to take the course is 82,8% and the remaining 17,2% is influenced by other factors such as available facilities, relevant curriculum and quality of teachers which are not examined in this study.

Keywords: Social media marketing, Consumer decisions follow the course, Context, Communication, Collaboration, and Connection.

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
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	4
1.5 Metode Penelitian	5
1.5.1 Pendekatan Penelitian	5
1.5.2 Jenis dan Sumber Data.....	6
1.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	7
1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	8
1.5.5 Analisis Data.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.2 Media Sosial	16
2.2.1 Karakteristik Media Sosial.....	17
2.2.2 Jenis-Jenis Media Sosial	18
2.2.3 <i>Digital Marketing</i>	18
2.3 <i>Social Media Marketing</i>	19
2.4 <i>Instagram</i>	20

Halaman

2.4.1 Pengertian Instagram	20
2.4.2 Fitur Instagram.....	20
2.5 Keputusan Pembelian	22
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	22
2.5.2 Proses Keputusan Pembelian.....	22

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat <i>Magenta Language Academy</i> Palembang.....	24
3.2 Visi, Misi dan Tujuan <i>Magenta Language Academy</i> Palembang.....	24
3.2.1 Visi <i>Magenta Language Academy</i> Palembang	24
3.2.2 Misi <i>Magenta Language Academy</i> Palembang	24
3.2.3 Tujuan <i>Magenta Language Academy</i> Palembang	25
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	25
3.3.1 Struktur Organisasi <i>Magenta Language Academy</i> Palembang.....	25
3.3.2 Pembagian Tugas	26
3.4 Instagram <i>Magenta Language Academy</i>	28
3.5 Produk-produk yang Ditawarkan di <i>Magenta Language Academy</i> melalui postingan Instagram.....	30
3.6 Penelitian Terdahulu	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	38
4.1.1 Uji Validitas	38
4.1.2 Uji Reliabilitas	40
4.1.3 Profil Responden.....	41
4.1.3.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.3.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.1.3.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Media Marketing</i>	43
4.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Mengikuti Kursus	45
4.1.6 Koefisien Determinasi	46
4.1.7 Regresi Linier Sederhana	46
4.2 Pembahasan Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap keputusan konsumen mengikuti kursus di <i>Magenta Language Academy</i>	48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Skala Linkert	11
Tabel 1.3 Operasional Variabel X.....	14
Tabel 1.4 Operasional Variabel Y	15
Tabel 3.1 Data Karyawan <i>Magenta Language Academy</i> Palembang	29
Tabel 3.2 Jumlah siswa <i>Magenta Language Academy</i> Palembang.....	29
Tabel 3.3 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Variabel Penggunaan Social Media Marketing (X).....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Variabel Keputusan Konsumen Mengikuti Kursus (Y).....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.7 Rekapitulasi Responden Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X).....	44
Tabel 4.8 Rekapitulasi Responden Variabel Keputusan Mengikuti Kursus (Y)....	45
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi	46
Tabel 4.10 Tabel Uji Regresi Linier Sederhana	47

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Di Indonesia Tahun 2022	2
Gambar 1.2 Kerangka Berfikir Konseptual	13
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Magentalanguage	25
Gambar 3.2 Profil Instagram Magentalanguage	28
Gambar 3.3 Kursus dan Test IELTS Magentalanguage	30
Gambar 3.4 Komentar pada Postingan IELTS Magentalanguage	30
Gambar 3.5 Kursus Bahasa Jepang Magentalanguage	31
Gambar 3.6 Kursus Bahasa Mandarin Magentalanguage	31
Gambar 3.7 Kursus Bahasa Korea Magentalanguage	32
Gambar 3.8 Kursus Bahasa Jerman Magentalanguage	32
Gambar 3.9 Komentar pada postingan Kursus Bahasa Jerman Magentalanguage	33
Gambar 3.10 TOEFL Test Magentalanguage	33
Gambar 3.11 Komentar pada postingan TOEFL Test Magentalanguage	34
Gambar 3.12 Video Info Kursus Magentalanguage	34
Gambar 3.13 Iklan (<i>Adversting</i>) pada Instagram Magentalanguage	35

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
2. Surat Pengantar Pengambilan Data
3. Surat Izin Pengambilan Data
4. Surat Balasan Pengambilan Data
5. Lembar Kesepakatan Pembimbing
6. Lembar Bimbingan Laporan Akhir
7. Lembar Kunjungan Mahasiswa
8. Kuesioner
9. Rekapitulasi Jawaban Responden
10. Hasil Perhitungan SPSS
11. Lembar Revisi Laporan Akhir
12. Lembar Tanda Persetujuan Revisi Laporan Akhir