

**OPTIMALISASI PROMOSI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
MINAT BELI PADA TOKO MUTIARA MART**



LAPORAN AKHIR

OLEH :

**DEWI MUSTIKA
NPM 062130601571**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG
2024**

**OPTIMALISASI PROMOSI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
MINAT BELI PADA TOKO MUTIARA MART**



LAPORAN AKHIR

OLEH :

**DEWI MUSTIKA
NPM 062130601571**

Menyetujui,

Palembang, Juli 2024

Pembimbing I,

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

Pembimbing II,

**Ummasyroh, S.E., M.Ed.M.
NIP 196106051989032002**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis,**

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

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

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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Dewi Mustika/062130601571

NPM : 062130601571

Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis

Mata Kuliah : Kewirausahaan

Judul Laporan Akhir : Optimalisasi promosi media sosial dalam meningkatkan minat beli pada toko Mutiara Mart

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 yang berkepentingan.

Palembang, 1 Juli 2024

nyataan,

Dewi Mustika
NPM 062130601571



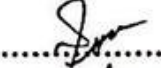
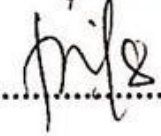
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Dewi Mustika
NPM : 062130601571
Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis/ DIII Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Kewirausahaan
Judul Laporan Akhir : Optimalisasi promosi media sosial dalam meningkatkan minat beli pada toko Mutiara Mart

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

Pada Hari: Jumart
Tanggal: 2 Agustus.....2024

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1.	Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M Ketua Penguji		29-07-2024
2.	Gst. Ayu Oka Windarti, S.E., M.M Anggota Penguji		28/07/2024
3.	Ummasyroh, S.E., M.Ed.M Anggota Penguji		25/07-24
4.	Fetty Maretha, S.E., M.M Anggota Penguji		29 Juli 2024

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Cobaan besar yang kita hadapi bukanlah tanda ketidakadilan Allah, melainkan cara-Nya menguji ketaatan kita. Allah ingin melihat seberapa besar kita mampu berkhushnuzan dan tetap percaya pada-Nya di tengah ujian yang diberikan, percayalah semakin besar cobaan maka semakin besar kebahagiaan yang akan kita dapatkan.” (Dewi Mustika)

Kupersembahkan kepada :

- **Kedua Orang Tua**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 NL 2021**
- **Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhannahu Wa Ta'ala Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir dengan judul "Optimalisasi Promosi Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Beli Pada Toko Mutiara Mart".

Tujuan penyusunan Laporan Akhir ini untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan diploma III pada Jurusan administrasi Bisnis program studi DIII Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penulis menyadari bahwa Laporan Akhir ini masih 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 dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini.

Palembang, 1 Juli 2024



Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami ucapkan kehadiran Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya lah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan akhir ini. Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini untuk memenuhi salah satu syarat kurikulum pada Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.

Kami menyadari bahwa penulisan laporan ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, masukan, dan arahan dari berbagai pihak yang telah banyak membantu. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Benny Bandanadjaja, S.T., M.T., Selaku Plt Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.A.B., CPMA. Selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Mariezka Lupikawati, S.E., M.M. Selaku Sekertaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya & Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan juga saran dalam penyusunan Laporan Akhir.
5. Ibu Ummasyroh, S.E., M.Ed.M. Selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan juga saran dalam penyusunan Laporan Akhir.
6. Kedua Orang Tua penulis tersayang, Bapak H. Ibrahim dan Ibu Hj. Andi Nurmina, orang tua yang hebat yang tak henti-hentinya mendo'akan, mencurahkan kasih sayang, perhatian, motivasi, nasihat serta dukungan baik secara moral dan finansial.
7. Kedua Wali Penulis, Bapak H. Ramli dan Ibu Andi Nurmala yang sudah penulis anggap seperti orang tua sendiri, yang telah memberikan dukungannya baik secara moral dan finansial.
8. Toko OMI Mutiara Mart yang telah bersedia mengizinkan penulis melakukan

penelitian.

9. Ibu Imelda Amelia, S.E, selaku owner toko OMI Mutiara Mart yang telah membantu dalam pemberian informasi mengenai toko OMI Mutiara Mart.
10. Teman-teman di kelas 6 NL Administrasi Bisnis yang sudah berjuang bersama-sama dari awal hingga akhir perkuliahan.
11. Pemilik NIM 062140342347 yang telah kebersamai penulis selama perkuliahan dan berkontribusi dalam penulisan laporan akhir ini, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan penulis hingga saat ini dan nanti.
12. Terima kasih kepada “4ever young” Afifah Zayyan Kamila, Khoirunnisa dan Serli Nurannisa telah menjadi saudara tapi tak sedarah, dan selalu menemani penulis dalam proses penyelesaian kuliah selama ini.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan laporan akhir ini.

Penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, dukungan, doa dan perhatian yang telah diberikan kepada penulis. Semoga amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan dari Allah SWT.

Palembang, 1 Juli 2024



Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dalam promosi media sosial dalam meningkatkan minat beli konsumen pada toko Mutiara Mart. Jenis data yang digunakan data kuantitatif dan sumber data dari data primer dan sekunder. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan data dengan menggunakan teknik *incidental sampling* terhadap konsumen *followers* akun *facebook* toko Mutiara Mart. Sebelum menganalisis data, dilakukan uji instrumen, uji validitas dan reabilitas yang diperoleh dari hasil kuesioner kepada 30 responden setelah dinyatakan valid dan reliabel disebarkan ke 98 responden. Data dianalisis menggunakan sistem analisis regresi sederhana menggunakan aplikasi SPSS 22.0. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel Promosi Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan Minat Beli. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t dengan nilai t hitung $13.448 > 1,661$ t tabel dan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$. Analisis koefisien korelasi (R) sebesar 0,808 atau 80% yang berarti tingkat korelasi termasuk dalam kategori sangat kuat, Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,653 atau 65,3% yang berarti persentase sumbangan pengaruh variabel promosi media sosial dalam meningkatkan minat beli sebesar 65,3%, sedangkan sisanya 34,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Promosi media sosial, Minat beli

ABSTRACT

This study aims to determine whether social media promotion influences consumer buying interest at Mutiara Mart. The type of data used is quantitative data, and the sources of data are both primary and secondary. The research method employed in this study is a descriptive quantitative research method, for data collection techniques with using incidental sampling from the followers of Mutiara Mart's Facebook account. Before analyzing the data, instrument test, validity, and reliability tests were conducted using questionnaires on 30 respondents. After being declared valid and reliable, the questionnaires were distributed to 98 respondents. The data were analyzed using simple regression analysis with the SPSS 22.0 application. Based on the partial results of the study, the Social Media Promotion variable has a positive and significant effect on increasing Buying Interest. This is evidenced by the t-test results, with a calculated t-value of 13.448, which is greater than the t-table value of 1.661, and a significance value of 0.000, which is less than 0.05. . The correlation coefficient (R) analysis is 0.808 or 80%, which means the correlations level falls into the strongly influenced category. The determination coefficient (R²) is 0.653 or 65.3%, meaning that the percentage contribution of the social media promotion variable in increasing purchase interest is 65.3%, and the remaining 34.7% being influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Social media promotion, Buying interest

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
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.....	8
1.5.5 Analisa Data.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Optimalisasi	16
2.1.1 Pengertian Optimalisasi	16
2.2 Promosi	16
2.2.1 Pengertian Promosi	16
2.2.2 Tujuan Promosi.....	17
2.2.3 Fungsi Promosi	17
2.2.4 Bauran Promosi.....	18
2.3 Media Sosial.....	19
2.3.1 Jenis-jenis Media Sosial.....	19
2.3.2 Promosi Media Sosial	20
2.3.3 Dimensi promosi media sosial	20
2.3.4 Indikator Promosi media sosial.....	21
2.4 Minat Beli	21
2.4.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli	22
2.4.2 Indikator minat beli.....	22
2.4.3 Aspek-aspek minat beli.....	22
 BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN	 23
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	23
3.2 Visi, Misi dan Moto Perusahaan	24
3.2.1 Visi Perusahaan.....	24
3.2.2 Misi Perusahaan	24
3.2.3 Logo/Moto Perusahaan	24
3.3 Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	25
3.3.1 Struktur Organisasi Perusahaan	25
3.3.2 Pembagian Tugas	26
3.3.3 Keadaan Perusahaan	27
3.3.4 Media Sosial Toko Mutiara Mart.....	28
3.3.5 Profil Responden.....	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	42
4.1.1 Uji Validitas	42
4.1.2 Uji Reliabilitas	45
4.2 Hasil Analisis	46
4.2.1 Koefisien Korelasi	46
4.2.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	47
4.2.3 Uji t	48
4.2.4 Regresi Linier Sederhana.....	49
4.3 Pembahasan.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Jumlah Konsumen Periode Januari 2023 - Februari 2024 Pada Toko Mutiara Mart.....	2
Tabel 1. 2 Interpretasi Koefisien Korelasi	11
Tabel 1. 3 Definisi Operasional Variabel.....	13
Tabel 1. 4 Skala Likert	15
Tabel 3. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 3. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Rentang Usia.....	30
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Media Sosial (X)	43
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	44
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	45
Tabel 4. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi	46
Tabel 4. 5 Koefisien Determinasi (R^2).....	47
Tabel 4. 6 Distribusi Uji t	48
Tabel 4. 7 Hasil Regresi Linier Sederhana.....	49

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 3. 1 Logo Perusahaan Toko Mutiara Mart	24
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Toko Mutiara Mart.....	26
Gambar 3. 3 Akun Facebook Toko Mutiara Mart.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Permohonan Pengambilan Data

Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data

Lampiran 3 Surat Jawaban Dari Perusahaan

Lampiran 4 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir

Lampiran 5 Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1

Lampiran 6 Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing II

Lampiran 7 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing I

Lampiran 8 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing II

Lampiran 9 Lembar Kunjungan Perusahaan

Lampiran 10 Lembar Wawancara

Lampiran 11 Lembar Kuesioner Laporan Akhir

Lampiran 12 Hasil Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Penelitian

Lampiran 13 Karakteristik Responden Penelitian

Lampiran 14 Hasil Perhitungan SPSS