

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ghozali, H Imam. (2018). *Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran edisi I dan II*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kriyantono, Rachmat. (2017). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Manap, Abdul. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran edisi I*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nisrina. (2015). *Bisnis Online Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Jakarta: Cakra Ilmu.
- Oei, Istijanto. (2010). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Peter, J.P., dan Olson, J.C. (2014), *Consumer Behavior & Marketing Strategy 7th Edition*, McGraw-Hill International Edition.
- Prajarini, Dian. (2020). *Media Sosial Periklanan – Instagram*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahadi, Dedi Rianto. dan Zainal. (2016). *Social Media Marketing dalam Mewujudkan E-Marketing*. Universitas Bina Darma.
- Rangkuty, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rainer, R. Kelly, dan Cassey G. Cegielski. (2011). *Introduction to Information Systems, International Student Version*. Asia: John Wiley & Sons, Inc.

Sangadji dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen edisi I*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Sugiyono. (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sumardy. (2011) *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Sustina. (2003). *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Yunanto, Kuncono Teguh. (2016). *Aplikasi Komputer Psikologi edisi III*. Jakarta: Fakultas Psikologi UPI Y.A.I.

Jurnal:

Arwiedya, M Ridzky. (2011). *Analisis Pengaruh Harga, Jenis Media Promosi, Resiko Kinerja, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online*. Jurnal Ekonomi. Universitas Diponegoro.

Diyatma, Aris Jatmika. (2017). *Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar*.(e-Proceeding of Management Vol.4, No.1.

Ekasari, Novita. (2014). *Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada Pt. Bfi Finance Jambi*. Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora. Vol.16, No.2. Universitas Jambi.

Firmansyah, Aditya Ryan. (2016). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Mobil Datsun Go Panca*. Jurnal bisnis Manajemen. Vol.9 No.1. Universitas Negeri Surabaya

Harliya, Ely. (2019). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Toko Daring Pada Mahasiswa Laki-Laki Fakultas Ekonomi*

Universitas Islam Majapahit. Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Majapahit.

Herlina, Novi. (2017) Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat, JOM FISIP Vol. 4 No. 2. Universitas Riau.

Nainggolan, Yunita. (2018). *Penggunaan Media Sosial Instagram Untuk Menunjang Peran Duta Wisata 2016-2017 Dalam Mempromosikan Pariwisata di Kalimantan Timur.* (Jurnal Ilmu Komunikasi : Vol. 6, No. 3, Universitas Mulawarman.

Noviyarto, Handy. (2010). *Pengaruh Perilaku Konsumen Mobile Internet Terhadap Keputusan Pembelian Paket Layanan Data Unlimited Internet CDMA di DKI Jakarta.* Jurnal Telekomunikasi dan komputer. Vol 1, No 2. Universitas Mercu Buana.

Putri, Fanny Aulia. (2014). *Opini Siswa Terhadap Tindakan Cyberbully Di Media Sosial,* Jurnal Risalah. Universitas Sumatera Utara Medan.

Sahetapy, Joefer Pratama. (2013). *Diferensiasi Produk, Strategi Merek, Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Meubel UD Sinar Sakti Manado.* Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi. Vol.1, No.3. Universitas Sam Ratulangi Manado.

Suardi, Adi dan Yusuf, Ramayani. (2021). *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Kimber (@Kimbershoes).* Jurnal Ilmiah MEA Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi. Vol. 5 No. 2.

Akses dari Internet:

<https://www.cermati.com/artikel/10-media-online-untuk-melakukan-promosi-bisnis> diakses 20 April 2022

<https://hypeabis.id/read/9091/kisah-founder-somethinc-yang-sukses-memulai-bisnis-dari-reseller> diakses 28 Mei 2022

<https://www.kompas.com/parapuan/read/532665005/mengenal-irene-ursula-perempuan-di-balik-kesuksesan-produk-kecantikan-lokal-somethinc> diakses 28 Mei 2022

<https://careers.beautyhaul.com/about-us> diakses 23 Mei 2022



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

HASIL ANALISIS DATA

❖ Hasil Analisis Distribusi Jawaban Variabel X Menggunakan SPSS 26.

XP1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Cukup Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Setuju	38	38.0	38.0	43.0
	Sangat Setuju	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

XP2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	3.0
	Cukup Setuju	7	7.0	7.0	10.0
	Setuju	50	50.0	50.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

XP3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Tidak Setuju	15	15.0	15.0	22.0
	Cukup Setuju	15	15.0	15.0	37.0
	Setuju	33	33.0	33.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

XP4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	13.0
	Cukup Setuju	12	12.0	12.0	25.0
	Setuju	33	33.0	33.0	58.0
	Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

XP5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Cukup Setuju	5	5.0	5.0	11.0
	Setuju	36	36.0	36.0	47.0
	Sangat Setuju	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

XP6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Cukup Setuju	13	13.0	13.0	15.0
	Setuju	39	39.0	39.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

XP7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Cukup Setuju	19	19.0	19.0	20.0
	Setuju	42	42.0	42.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

XP8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	6.0
	Cukup Setuju	8	8.0	8.0	14.0
	Setuju	52	52.0	52.0	66.0
	Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

❖ Hasil Analisis Distribusi Jawaban Variabel Y Menggunakan SPSS 26.

YP1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	8.0
	Cukup Setuju	11	11.0	11.0	19.0
	Setuju	43	43.0	43.0	62.0
	Sangat Setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

YP2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	18	18.0	18.0	21.0
	Cukup Setuju	23	23.0	23.0	44.0
	Setuju	33	33.0	33.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

YP3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	9	9.0	9.0	11.0
	Cukup Setuju	22	22.0	22.0	33.0
	Setuju	38	38.0	38.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

YP4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	12	12.0	12.0	14.0
	Cukup Setuju	21	21.0	21.0	35.0
	Setuju	35	35.0	35.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

YP5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	6.0
	Cukup Setuju	18	18.0	18.0	24.0
	Setuju	37	37.0	37.0	61.0
	Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

YP6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	9	9.0	9.0	11.0
	Cukup Setuju	25	25.0	25.0	36.0
	Setuju	34	34.0	34.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

YP7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Cukup Setuju	15	15.0	15.0	18.0
	Setuju	43	43.0	43.0	61.0
	Sangat Setuju	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

YP8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	8.0
	Cukup Setuju	16	16.0	16.0	24.0
	Setuju	45	45.0	45.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

❖ Hasil Uji Validasi Variabel X Menggunakan SPSS 26.

Correlations										
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X
X1	Pearson Correlation	1	.242	.251	.242	.209	.122	.224	-.067	.510**
	Sig. (2-tailed)		.197	.180	.197	.268	.520	.234	.724	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.242	1	-.011	.280	.483**	.076	.158	.019	.578**
	Sig. (2-tailed)	.197		.954	.134	.007	.691	.405	.921	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.251	-.011	1	-.144	-.098	.079	.396*	.175	.384*
	Sig. (2-tailed)	.180	.954		.447	.606	.680	.030	.355	.036
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.242	.280	-.144	1	.257	.097	-.178	.186	.549**
	Sig. (2-tailed)	.197	.134	.447		.170	.610	.345	.325	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.209	.483**	-.098	.257	1	-.052	.171	.081	.534**
	Sig. (2-tailed)	.268	.007	.606	.170		.784	.366	.671	.002

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.122	.076	.079	.097	-.052	1	.475**	.021	.404*
	Sig. (2-tailed)	.520	.691	.680	.610	.784		.008	.912	.027
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.224	.158	.396*	-.178	.171	.475**	1	.379*	.554**
	Sig. (2-tailed)	.234	.405	.030	.345	.366	.008		.039	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	-.067	.019	.175	.186	.081	.021	.379*	1	.455*
	Sig. (2-tailed)	.724	.921	.355	.325	.671	.912	.039		.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X	Pearson Correlation	.510**	.578**	.384*	.549**	.534**	.404*	.554**	.455*	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.036	.002	.002	.027	.001	.011	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

❖ Hasil Uji Validasi Variabel Y Menggunakan SPSS 26

Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.053	.000	.229	.386*	.064	.174	.456*	.579**
	Sig. (2-tailed)		.780	1.000	.224	.035	.735	.357	.011	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.053	1	.105	-.138	.217	.003	.127	.119	.402*
	Sig. (2-tailed)	.780		.580	.468	.250	.989	.503	.532	.027
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.000	.105	1	.029	-.081	.289	.000	.071	.400*
	Sig. (2-tailed)	1.000	.580		.880	.671	.121	1.000	.708	.029
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.229	-.138	.029	1	.312	.424*	.416*	.105	.538**
	Sig. (2-tailed)	.224	.468	.880		.094	.019	.022	.580	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.386*	.217	-.081	.312	1	.144	.294	.243	.549**
	Sig. (2-tailed)	.035	.250	.671	.094		.448	.115	.195	.002

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.064	.003	.289	.424*	.144	1	.250	.422*	.620**
	Sig. (2-tailed)	.735	.989	.121	.019	.448		.183	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.174	.127	.000	.416*	.294	.250	1	.065	.483**
	Sig. (2-tailed)	.357	.503	1.000	.022	.115	.183		.734	.007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.456*	.119	.071	.105	.243	.422*	.065	1	.586**
	Sig. (2-tailed)	.011	.532	.708	.580	.195	.020	.734		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.579**	.402*	.400*	.538**	.549**	.620**	.483**	.586**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.027	.029	.002	.002	.000	.007	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

❖ Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.530	8

Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.578	8

❖ Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.60935895
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.065
	Negative	-.102
Test Statistic		.102

Asymp. Sig. (2-tailed)	.012 ^c
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

❖ Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.333	3.371		2.472	.000
	X	.688	.100	.570	6.871	.000
a. Dependent Variable: Y						

❖ Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 ^a	.325	.318	4.278
a. Predictors: (Constant), X				

LAMPIRAN 2

❖ Kuesioners Google Form



❖ Tabel Kuesioner

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Pria **Wanita**

Usia :

<20 Tahun **21 – 25 Tahun**

26 – 30 Tahun **31 – 35 Tahun**

>35 Tahun

Apakah sudah membeli dan menggunakan produk Somethinc :

Ya

Tidak

Media Promosi Instagram						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Media Sosial						
1.	Somethinc melakukan promosi penjualan melalui akun instagram @somethincofficial.					
2.	Somethinc melakukan interaksi kepada konsumen di akun instagram @somethincofficial.					
Word of Mouth						
1.	Saya mengetahui akun instagram @somethincofficial dari orang lain.					
2.	Saya mengetahui produk Somethinc dari akun instagram @somethincofficial.					
Informasi						
1.	Somethinc memberikan informasi tentang produknya dengan mengunggah video/foto melalui akun instagram @somethincofficial dengan jelas.					
2.	Penyampaian informasi yang disampaikan akun instagram @somethincofficial jelas dan membuat saya mudah mengingatnya.					
Pengetahuan Produk						
1.	Produk Somethinc yang ditampilkan akun instagram @somethincofficial sudah sesuai dengan kebutuhan kulit saya.					

2.	Produk Somethinc yang ditampilkan akun instagram @somethincofficial menggunakan bahan baku yang berkualitas.					
Keputusan Pembelian						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Aspek Produk						
1.	Saya memutuskan untuk membeli produk Somethinc karena kualitas dan bahan yang digunakan.					
2.	Saya memutuskan membeli produk Somethinc karena mereknya yang sedang populer.					
Aspek Harga						
1.	Saya memutuskan membeli produk somethinc karna harga yang terjangkau.					
2.	Saya memutuskan membeli produk Somethinc karena harga yang terjangkau dibandingkan merek lain.					
Aspek Promosi						
1.	Saya memutuskan membeli produk Somethinc karena Somethinc memberikan program promosi yang menarik.					
2.	Saya memutuskan membeli produk Somethinc karena Somethinc menawarkan potongan harga.					
Aspek Distribusi						
1.	Saya memutuskan membeli produk somethinc karena adanya kemudahan dalam memperoleh produk.					
2.	Saya memutuskan membeli produk somethinc karena adanya kemudahan dalam membandingkan produk somethinc dengan merek lain.					

❖ Hasil Kuesioner

Pertanyaan	XP1	XP2	XP3	XP4	XP5	XP6	XP7	XP8	Total X	YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	Total Y
1	5	5	3	5	5	5	5	5	38	2	1	1	3	2	1	3	2	15
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	4	3	5	5	5	5	4	36	5	3	3	5	4	4	5	5	34
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	4	5	4	5	5	37
5	4	3	2	2	4	4	3	4	26	4	4	3	4	3	4	5	4	31
6	5	5	3	4	5	3	3	3	31	3	4	3	3	4	5	4	3	29
7	5	5	3	5	5	5	5	4	37	5	5	5	5	5	5	4	4	38
8	4	4	2	4	5	4	3	3	29	3	3	3	3	3	3	4	3	25
9	4	3	3	3	4	3	3	3	26	2	3	3	2	2	2	3	3	20
10	5	5	1	5	5	5	5	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	5	5	5	5	5	4	4	38	5	5	2	2	5	3	2	2	26
13	5	5	2	5	5	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	1	36
15	5	5	5	5	3	5	5	5	38	5	2	5	3	1	5	2	5	28

16	5	5	5	5	5	5	5	5	40	2	4	4	3	4	4	5	2	28
17	5	3	2	5	4	3	4	4	30	4	5	4	4	4	3	4	3	31
18	4	4	5	2	5	4	5	4	33	4	3	4	4	3	4	5	4	31
19	5	3	5	5	4	5	5	5	37	5	2	5	5	5	5	5	5	37
20	4	5	5	1	5	5	5	4	34	2	5	5	3	3	4	4	4	30
21	5	2	4	3	5	5	5	5	34	2	3	4	5	5	2	4	2	27
22	5	5	5	3	5	4	5	4	36	5	2	1	5	5	3	5	4	30
23	5	5	5	1	5	4	5	4	34	5	2	5	5	5	5	5	4	36
24	5	5	5	5	4	5	5	4	38	5	5	2	5	5	5	4	5	36
25	4	5	5	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	3	4	5	4	36
26	4	3	3	4	4	4	5	4	31	4	4	3	3	4	3	4	3	28
27	5	1	4	5	5	5	4	5	34	5	2	5	5	5	5	5	5	37
28	5	4	4	3	4	4	4	4	32	4	5	3	3	3	4	4	4	30
29	4	4	2	3	4	4	3	4	28	4	3	3	3	3	3	3	4	26
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	5	5	4	4	4	4	4	4	34	3	3	3	3	4	3	3	3	25
32	5	5	1	5	5	5	3	2	31	5	5	2	5	5	2	5	4	33
33	5	5	5	5	5	2	3	5	35	5	3	2	5	5	4	4	4	32

34	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	2	3	3	4	4	4	4	28
35	3	4	4	4	4	5	4	4	32	1	2	2	4	3	4	4	4	24
36	5	4	4	4	4	3	4	4	32	2	4	4	4	5	4	4	4	31
37	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4	2	4	4	4	3	4	3	28
38	4	4	4	4	5	4	3	4	32	4	2	4	4	4	3	4	4	29
39	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	3	4	31
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	5	33
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	5	4	4	4	33
42	5	4	5	2	4	4	4	2	30	1	4	4	4	4	4	4	4	29
43	4	4	4	2	5	4	4	2	29	4	1	4	4	4	4	4	5	30
44	5	4	2	2	4	4	5	4	30	3	5	4	3	3	3	4	4	29
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	5	4	5	5	4	37
46	4	1	5	2	2	4	4	4	26	4	2	4	4	4	4	4	4	30
47	5	5	1	5	5	5	4	5	35	4	5	4	4	4	5	4	4	34
48	5	5	1	5	5	5	5	5	36	5	3	3	3	5	5	5	5	34
49	5	5	4	3	4	3	4	3	31	5	3	4	4	5	4	4	5	34
50	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	3	4	2	4	4	5	5	32
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	2	5	5	5	5	5	5	37

52	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	1	4	3	3	4	4	3	26
53	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
55	5	4	3	4	2	3	3	4	28	4	4	4	3	3	3	3	3	27
56	4	4	3	4	3	3	3	5	29	5	3	3	5	5	3	3	5	32
57	5	4	4	5	5	5	4	4	36	5	4	4	4	4	3	5	4	33
58	3	3	2	2	3	3	3	3	22	3	2	3	2	2	3	3	2	20
59	4	4	4	2	2	5	4	4	29	5	2	5	4	4	4	4	5	33
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	2	2	5	2	4	5	29
61	5	4	4	5	5	5	4	5	37	4	5	4	4	4	3	5	4	33
62	4	4	3	4	4	4	3	4	30	3	4	4	3	4	3	4	4	29
63	5	4	1	5	4	4	4	4	31	4	5	5	5	5	5	5	4	38
64	4	5	4	5	5	4	5	4	36	4	4	4	4	5	5	4	4	34
65	4	4	3	3	4	3	3	4	28	4	4	4	4	4	3	4	4	31
66	4	4	3	4	4	4	5	1	29	4	4	4	5	5	5	5	5	37
67	5	5	4	4	5	5	4	4	36	4	4	4	4	5	5	5	5	36
68	5	5	3	5	5	5	4	5	37	5	4	3	3	5	4	5	5	34
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	4	2	4	4	29

70	5	4	5	3	4	4	4	4	33	5	4	3	4	5	4	4	4	33
71	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
72	5	5	1	5	2	5	5	5	33	5	3	5	5	5	5	5	5	38
73	4	4	2	4	5	5	4	4	32	4	2	5	5	2	3	5	4	30
74	4	4	1	3	5	5	2	3	27	4	3	3	2	3	2	3	3	23
75	5	5	3	5	2	4	3	3	30	3	3	3	2	3	3	3	4	24
76	4	4	2	3	4	4	5	2	28	3	4	5	5	3	2	4	4	30
77	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	3	4	3	4	4	29
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	2	5	5	5	5	5	5	37
79	3	4	2	2	5	2	4	4	26	4	4	4	2	4	2	2	3	25
80	4	4	4	2	2	4	4	4	28	4	4	4	1	4	1	4	4	26
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	2	4	4	31
83	5	5	3	4	4	3	4	4	32	4	4	2	1	2	3	3	3	22
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	2	5	5	5	5	5	5	37
85	4	4	4	4	5	5	5	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	4	4	4	4	5	5	4	5	35	4	4	5	4	4	5	4	4	34
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	4	4	4	5	4	35

88	5	4	4	2	4	4	3	4	30	4	3	3	2	3	3	3	3	24
89	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	4	4	2	4	4	4	4	4	30	4	4	2	2	4	4	4	4	28
91	5	4	5	5	4	4	4	2	33	4	2	4	4	4	4	3	5	30
92	3	4	2	4	4	4	4	4	29	4	2	4	4	4	4	4	2	28
93	4	4	5	5	5	5	4	5	37	5	4	4	4	5	4	5	5	36
94	5	4	5	3	4	3	3	4	31	4	3	4	4	3	4	4	2	28
95	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	5	4	2	4	5	5	5	5	35	4	3	3	3	4	4	4	4	29
97	4	4	2	4	3	3	3	4	27	3	3	2	2	3	3	3	3	22
98	5	4	2	5	5	5	4	4	34	4	4	3	3	5	5	5	4	33
99	5	5	4	5	5	5	3	4	36	3	3	3	2	5	3	5	3	27
100	4	4	5	4	5	4	4	4	34	4	5	5	4	4	5	5	4	36

LAMPIRAN 3

Persetujuan Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Mutiara Azzahra
Npm : 183112351650514
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Media Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc.
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk diujikan
Jakarta, 13 Agustus 2022

Dosen Pembimbing



Dra. Masnah, M.Si

Ketua Prodi Komunikasi



Drs. Adi Prakosa, M.Si

LAMPIRAN 4

Persetujuan Perbaikan Skripsi

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mutiara Azzahra
NPM : 183112351650514
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Prodi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Pengaruh Media Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethine.

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 29 Agustus 2022, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 6 September 2022

Ketua Sidang : Dr. Aos Yuli Firdaus, S.IP., M.Si
Penguji I : Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si
Penguji II : Dra. Masnah, M.Si


Keterangan:
*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.





LAMPIRAN 5

Pengesahan Skripsi



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mutiara Azzahra
Npm : 183112351650514
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Media Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc.
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan,
Jakarta, 15 September 2022

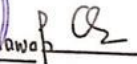
Dosen Pembimbing



Dra. Masnah, M.Si

Dekan




Dr. Erna E. Mawati Chotim, M.Si

LAMPIRAN 6

LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mutiara Azzahra

Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351650514

Program Studi/ Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Judul Proposal Skripsi : Pengaruh Media Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc.

NO	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1	15/04/2022	Konsul BAB I – BAB III	MK
2	28/04/2022	Revisi BAB I – BAB III	MK
3	20/04/2022	Revisi BAB I – BAB III	MK
4	02/06/2022	Revisi BAB I – BAB III	MK
5	12/07/2022	Konsul BAB IV – V	MK
6	22/07/2022	Revisi BAB I – V	MK
7	28/07/2022	Konsultasi sebelum Turnitin	MK
8	03/08/2022	Konsultasi setelah Turnitin	MK


Jakarta, 12 Agustus 2022

Ketua Program Studi,

Drs. Adi Prakosa, M.Si

LAMPIRAN 7

Surat Tugas

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manis No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737824, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

SURAT TUGAS
No. 376/WD/V/2022

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional menugaskan kepada Dosen berikut ini :

Nama : Dra. Masnah, M.Si
NIP/NIDN : 0302086201
Pangkat Akademik : Asisten Ahli
Unit Kerja : FISIP Universitas Nasional

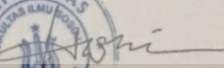

Untuk dapat bertindak sebagai Pembimbing Skripsi pada Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022 atas nama mahasiswa :

Nama : Mutiara Azzahra
NPM : 183112351630514
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : *Pengaruh Media Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc*

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jangka waktu penulisan skripsi adalah tiga sampai enam bulan.
- Memberikan bimbingan secara teratur delapan kali konsultasi dengan mengisi formulir 1 secara lengkap.
- Penulisan skripsi mengikuti pedoman sebagaimana tercantum dalam buku pedoman penulisan dan Ujian Skripsi yang dikeluarkan oleh Fakultas.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jakarta, 13 Mei 2022
Wakil Dekan,


Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si

Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi

LAMPIRAN 8

Surat Ketersediaan Pembimbing

 UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT
Jl. Sawo Mania No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax: 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Jakarta, 13 Mei 2022

Nomor : 376/WD/V/2022
Lamp : 1 (satu) Berkas
Hal : Kesiediaan Pembimbing Skripsi

Kepada Yth : Dra. Masnah, M.Si
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional
Di Jakarta

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, Meminta Kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing Skripsi yang disusun oleh :

Nama : Mutiara Azzahra
NPM : 183112351630514
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : *Pengaruh Media Promosi Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc*

Kesediaan Bapak/Ibu memberikan bimbingan secara intensif sangat kami harapkan. Diminta Bapak/Ibu memberikan jawaban segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini dan untuk menghitung beban tugas, diminta segera mengembalikannya kepada Pimpinan Fakultas melalui Sekretariat.

Demikian, terima kasih
*Bersedia/Tidak Bersedia**
Sebagai Pembimbing,

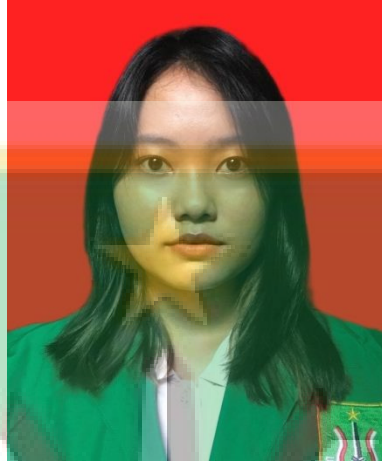

Dra. Masnah, M.Si
*coret yang tidak perlu

 Dekan,
Dra. Bakti Nur Avianto, M. Si.

Program Studi : Ilmu Politik - Hubungan Internasional - Sosiologi - Administrasi Publik- Ilmu Komunikasi

LAMPIRAN 9

Riwayat Hidup Penulis



Nama : Mutiara Azzahra
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 09 Agustus 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
No. Telp : 082119541087
Email : Mutiaraazzahra80@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

2005 – 2011 : SDN Bidaracina 05 Pagi

2011 – 2014 : SMP Kartika X-1

2014 – 2017 : SMA Pusaka I Jakarta

2018 – 2022 : Mahasiswi Universitas Nasional

LAMPIRAN 10

Hasil Uji Turnitin

