

**PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI SARANA  
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
DI BUTIK MELS BY MEMEL BANJARMASIN**

**SKRIPSI**

**OLEH:  
MULIYANI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN**

**BANJARMASIN**

**2020 M/1442 H**

**PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI SARANA  
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN  
DI BUTIK MELS BY MEMEL BANJARMASIN**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana  
dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

**Oleh:  
Mulyani  
1601150177**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI BANJARMASIN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
BANJARMASIN  
2021 M / 1442 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mulyani  
NIM : 1601150177  
Tempat/Tanggal Lahir : Banjarmasin, 10 Juli 1998  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika dikemudian hari ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 10 Oktober 2020

Yang membuat pernyataan

  
Mulyani

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Instagram Sebagai Sarana Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Butik Mels By Memel Banjarmasin

Ditulis oleh : Mulyani

NIM : 1601150177

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Jurusan : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2020/2021

Tempat dan Tanggal Lahir : Banjarmasin, 10 Juli 1998

Alamat : Jl. Kelayan A Gg. Antasari Rt.05, Rw.02, No. 06, Kel. Kelayan Dalam, Kec. Banjarmasin Selatan

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 12 Oktober 2020

Pembimbing I



Dr Mahmud Yusuf, M.S.I  
NIP.197901262006041002

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antasari Banjarmasin,



Rohana Faridah, SE, MM  
NIP. 197804272009012010



## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Instagram Sebagai Sarana Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Butik Mels by Memel Banjarmasin”** ditulis oleh MULIYANI, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 26 November 2020

Dinyatakan LULUS dengan predikat: B+

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam UIN Antasari



Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI  
NIP. 196006091988031003

## Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

1. Dr. Mahmud Yusuf, M.S.I

1.

(Ketua)

2. Annisa Sayyid, M.S.I

2.

(Anggota)

3. H. Abdul Gafur, Lc., M.A.

3.

(Anggota)

4. Atika Zahra Maulida, M.S.I

4.

(Anggota)

## ABSTRAK

**Muliyani.** 2020. Pengaruh Instagram Sebagai Sarana Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Butik Mels By Memel Banjarmasin. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Dr. Mahmud Yusuf, M.Si.

Kata Kunci : *Instagram, Minat Beli Konsumen, Butik Mels By Memel Banjarmasin*

Saat ini sudah banyak industri fashion yang merilis produk busana untuk kaum hawa, khususnya bagi pemakai hijab yang saat ini menjadi *trend* masa kini. Seperti pada Butik Mels Banjarmasin yang menyediakan berbagai fashion Bangkok, dan Tiongkok maupun Fashion dari produk lokal. Butik Mels Banjarmasin mengimplementasikan system informasi e-commerce dalam hal promosi penjualan untuk meningkatkan minat beli dan volume penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh media sosial instagram sebagai sarana promosi terhadap minat beli konsumen pada Butik Mels By Memel Banjarmasin. Untuk membuktikan secara simultan media sosial instagram sebagai sarana promosi terhadap minat beli konsumen pada Butik Mels By Memel Banjarmasin.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu dengan terjun secara langsung ke lapangan untuk menggali permasalahan yang diteliti mengenai pengaruh media sosial instagram sebagai sarana promosi terhadap minat beli konsumen pada Butik Mels Banjarmasin. Adapun sifat dari penelitian ini adalah studi sampling.

Berdasarkan hasil penelitian ini kesimpulannya adalah akun Instagram berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen dengan tingkat signifikansi 0,000 dan nilai t 3,798. Akun Instagram dalam penelitian ini hanya berpengaruh sebesar 12,8% sementara sisanya sebesar 87,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar kesadaran konsumen, media sosial, pelayanan dan lain-lain.

**MOTTO**

**Allah tidak melihat bentuk rupa  
dan harta benda kalian,  
tapi Dia melihat hati dan amal kalian. –  
“Nabi Muhammad SAW”**

## **KATA PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT, atas izin dan ridho dari Nya lah karya sederhana ini bisa terselesaikan. Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang tiada pernah hentinya selama ini mendidik, memberikan semangat, do'a, dorongan, nasehat, kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga saya selalu kuat menjalani setiap rintangan.

Terimakasih banyak untuk mama, abah dan seluruh keluarga besar yang telah dengan tulus menyayangi dan mensupport, mendoakan yang terbaik dari awal ingin kuliah sampai sekarang bisa menyelesaikan tugas akhir kuliah.

Terimakasih juga kepada teman sahabat terbaik, Rahmah Fadhillah Husein, Mukhlisah Zulfa Nadya, Arni Alfiani, Laila Fitriah yang selalu menyemangati, membantu, memotivasi, dan mendoakan yang terbaik.

Dan saya ucapkan terimakasih juga kepada dosen penasehat akademik sekaligus dosen pembimbing skripsi Bp. Dr. Mahmud Yusuf, M.S.I yang sudah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan dan motivasi, begitu banyak ilmu yang saya dapatkan selama ini melalui kesabaran dan bantuan yang senantiasa bapa berikan.

Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, terima kasih atas segala ilmu yang telah kalian berikan serta pengalaman yang sangat berharga kepada kami semua.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab melambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ﺀ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ﺏ	Ba'	B	Be
ﺕ	Ta'	T	Te
ﺙ	Sa'	Ś	es (dengan titik di atas)
ﺝ	Jim	J	Je
ﺡ	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
ﺦ	Kha	Kh	Ka dan ha
ﺩ	Dal	D	De
ﺫ	Ẓa	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ﺭ	Ra	R	Er
ﺯ	Zai	Z	Zet
ﺱ	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

## 2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

āĒŪpīā	Ditulis	<i>Muta’aqqidin</i>
عدة	Ditulis	‘iddah

## 3. Ta’ marbutah

- a) Apabila dimatikan ditulis h.

جامعة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

- b) Apabila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dhammah ditulis t.

المكتبة الجميلة	Ditulis	<i>Zakātul-fīṭri</i>
-----------------	---------	----------------------

#### 4. Vokal pendek

ـ	<b>Kasrah</b>	<b>Ditulis</b>	<b><i>I</i></b>
ـ	<b>fathah</b>	<b>Ditulis</b>	<b><i>A</i></b>
ـ	<b>ḍammah</b>	<b>Ditulis</b>	<b><i>U</i></b>

#### 5. Vokal panjang

1	<b>Fathah + alif</b> شكر	<b>Ditulis</b>	<b>Ā</b> <b><i>Jāhiliyyah</i></b>
2	<b>Fathah + ya’ mati</b> يسعى	<b>Ditulis</b>	<b>Ā</b> <b><i>yas’ā</i></b>
3	<b>Kasrah + ya’ mati</b> كريم	<b>Ditulis</b>	<b>Ī</b> <b><i>Karīm</i></b>
4	<b>Dhammah + wawu mati</b> فروض	<b>Ditulis</b>	<b>Ū</b> <b><i>Furūd</i></b>

## 6. Vokal rangkap

1	Fathah + ya' mati رويد	Ditulis	<i>Ai</i> <i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قول	Ditulis	<i>Au</i> <i>Qaulun</i>

## 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ أَشَدَّ خَلْقًا	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعَدْتِ	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنْ نَشْكُرَكُمْ	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

## 8. Kata sandang alif + lam

a) Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”.

لِقُرْآنٍ	Ditulis	<i>al-qur'ān</i>
الْقِيَاسِ	Ditulis	<i>al-qiyās</i>

b) Apabila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “al” nya.

السَّمَاءِ	Ditulis	<i>as-samā</i>
الشَّمْسِ	Ditulis	<i>asy-syams</i>

## 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>ḡawī al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah Swt., atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita tuturkan kepada panutan Nabi Muhammad Saw., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen di Butik Mels By Memel Banjarmasin”**, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
2. Rohana Farida, SE, MM., dan Erisa Nilasari, MP., selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Dr. Mahmud Yusuf, M.S.I, selaku penasehat akademik dan pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran serta meluangkan waktunya kepada penulis selama

menyelesaikan skripsi.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Kedua Orang tua dan saudaraku, terima kasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tidak pernah ada habisnya, kasih sayangmu yang pernah kulupakan.

Semoga Allah SWT, membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha dari Allah SWT, semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah khazanah pengetahuan hukum Islam, Amin.

Banjarmasin, 15 Januari 2020

Penulis,

Muliyani

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Definisi Operasional .....	7
E. Kajian Pustaka .....	7
F. Sistematika Penulisan .....	8
G. Hipotesis Penelitian .....	10
H. Kerangka Berfikir .....	10
I. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II     LANDASAN TEORI</b>	
A. Media Sosial .....	13
1. Pengertian Media Sosial .....	13
2. Manfaat Media Sosial .....	14
3. Jenis-Jenis Media sosial .....	16
4. Karakteristik Media sosial .....	16
B. Instagram Sebagai Sarana Promosi .....	18
C. Minat Beli .....	19
1. Tahap-Tahap Minat Beli .....	22
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli .....	24
D. Pandangan Islam dalam transaksi jual beli <i>online</i> .....	25
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	29
B. Lokasi Penelitian .....	29
C. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian .....	30
D. Data dan Sumber Data .....	30

E. Metode Pengumpulan Data .....	30
F. Teknik Analisis Data .....	31
<b>BAB IV    PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA</b>	
A. Penyajian Data .....	37
1. Gambaran Umum Perusahaan .....	37
2. Visi dan Misi Butik Mels Banjarmasin .....	37
3. Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan .....	38
4. Kegiatan Usaha Butik Mels Banjarmasin .....	42
B. Analisa Data .....	42
1. Deskripsi Data .....	42
2. Analisis Pengaruh Akun Instagram (X) dan Minat Beli Konsumen (Y) .....	43
<b>BAB V    PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	53
B. Saran .....	53
 DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Penentuan Sampel Penelitian yang dibagikan .....	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Akun Instagram .....	44
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen .....	45
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabelity Akun Instagram .....	46
Tabel 4.5. Hasil Uji Reabilitas Akun Instagram .....	46
Tabel 4.6. Uji Reliabilitas Minat Beli Konsumen .....	46
Tabel 4.7. Uji Reliabilitas Minat Beli Konsumen .....	47
Tabel 4.8. Uji Normalitas .....	49
Tabel 4.9. Uji Hipotesis (Uji t) .....	50
Tabel 4.10. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Kerangka Berpikir .....	11
Gambar 4.1. Struktur Organisasi .....	40
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot) .....	48
Gambar 4.3. Uji Normalitas (Grafik Histogram) .....	48
Gambar 4.4. Uji Heteroskedastisitas ( <i>Scatterplot</i> ) .....	50