

**PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI SOSIAL MEDIA *MARKETING*,  
SUASANA TEMPAT DAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
DI MIRACLE COFFEE BANJARMASIN**

**SKRIPSI**

**OLEH  
MAULIDA RIJKA**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
BANJARMASIN  
2023 M / 1444 H**

**PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI SOSIAL MEDIA *MARKETING*,  
SUASANA TEMPAT DAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF  
DI MIRACLE COFFEE BANJARMASIN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat**

**Guna Mencapai Gelar Sarjana**

**dalam Ilmu Ekonomi**

**Oleh:**

**Maulida Rijka**

**200105010198**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

**BANJARMASIN**

**2023 M/1444 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maulida Rijka  
NIM : 200105010198  
Tempat/Tgl.Lahir : Banjarmasin/28 Desember 2001  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banjarmasin, 11 Desember 2023  
Yang membuat pernyataan,  
Tanda tangan



Maulida Rijka

## PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh Instagram sebagai Sosial Media  
*Marketing*, Suasana Tempat dan Harga terhadap  
Pembelian Impulsif di Miracle Coffee Banjarmasin

Ditulis oleh : Maulida Rijka

NIM : 200105010198

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2023/2024

Tempat, Tanggal Lahir : Banjarmasin, 28 Desember 2001


Alamat : Jl. Melati Indah Km.6 Banjarmasin

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

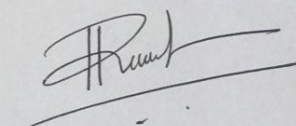
Banjarmasin, 11 Desember 2023

Pembimbing

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



Rohana Faridah, S.E. M.M.  
NIP. 197804272009012010



Rohana Faridah, S.E. M.M.  
NIP. 197804272009012010

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Instagram sebagai Sosial Media *Marketing*, Suasana Tempat dan Harga terhadap Pembelian Impulsif di Miracle Coffee Banjarmasin”, yang ditulis oleh Maulida Rijka (200105010198), telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 27 Desember 2023

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Antasari Banjarmasin



## Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Dra. Naimah, M.H. (Ketua)	1.
2. Dra. Hj Fithriana Syarqawie, M.H.I. (Anggota)	2.
3. Rohana Faridah, S.E., M.M. (Anggota)	3.
4. Annisa Mahfuzah, M.H. (Anggota)	4.

## MOTTO

وَجَدَّ جَدًّا مَنْ

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh maka dapatlah ia”

(Mahfudzot)

يَتَكَاسَلُ لِمَنْ الْعُقْبَىٰ فَنَدَامَةٌ عَافِيًا تَكُ وَلَا تَكْسَلُ وَلَا إِجْهَدُ

“Bersungguh-sungguhlah dan jangan bermalas-malas dan jangan pula lengah,  
karena penyesalan itu bagi orang yang bermalas-malas”

(Mahfudzot)

“Ketahuilah, jika engkau menuntut ilmu dengan tujuan yang benar. Allah akan  
memberikan kepadamu jalan keluar dari setiap kesulitan.”

~Imam Syafi'i~

## **PERSEMBAHAN**

Ku persembahkan dengan penuh doa, cinta dan harapan

Sebuah karya sederhana ini untuk:

1. Ayahanda dan Ibundaku tercinta, alm H. Mawardi dan alm Hj. Rusidah yang saat ini insya Allah sudah berada di surga-Nya Allah. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga penulis persembahkan karya kecil ini kepada ibu dan ayah yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan yang tiada terhenti walau hanya dapat penulis balas dengan selebar kertas ini yang bertuliskan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal dari kesusksesan penulis dan semoga Ayah dan Ibu bahagia melihat ini dari atas sana. Terima kasih banyak selama ini telah memberikan motivasi, selalu mendoakan dan menasehati untuk menjadikan penulis menjadi yang lebih baik.
2. Kakak tersayang Mutia Norwafha dan Melda, dan adik tersayang Maria Ulfah dan Gina Al-Fina, yang selalu memberikan dukungan penuh serta saling menguatkan satu sama lain dan mendoakan penulis demi kelancaran dari awal kuliah hingga dapat mencapai titik ini.
3. Teman-teman Ekonomi Syariah senasib dan sepejuangan, yang selalu menghangatkan perjalanan kuliah ku. Terima kasih untuk tawa dan solidaritas yang luar biasa, sehingga membuat hari-hari kuliah lebih berarti. Terima kasih untuk kalian semua, semoga Allah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dan semoga kita semua dapat berkumpul di surga Allah.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. karena atas berkat rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam, keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Instagram sebagai Sosial Media *Marketing*, Suasana Tempat dan Harga terhadap Pembelian Impulsif di Miracle Coffee Banjarmasin”, sebagai salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.

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

1. Dr. Sukarni M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
2. Ibu Rohana Faridah, S.E., M.M., dan Bapak Muhammad Qomaruddin, ME. selaku ketua dan sekretaris program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
3. Ibu Rohana Faridah, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan koreksi dan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.



4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis
5. Bapak dan Ibu Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
6. Kedua orang tua tercinta, alm H. Mawardi dan alm Hj. Rusidah, yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang semasa hidup tiada hentinya selalu memberikan dukungan, doa dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis.
7. Teman-teman serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah Swt membalas segala bentuk kebaikan untuk kita semua. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah swt, semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah ilmu pengetahuan *Aamiin Ya Rabbal ,,Aalamiin.*

Banjarmasin, 7 Desember 2023

Penulis,

Maulida Rijka

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Definisi Operasional.....	8
F. Kerangka Pemikiran.....	10
G. Hipotesis Penelitian.....	11
H. Penelitian Terdahulu .....	12
I. Sistematika Pembahasan .....	14
<b>BAB II INSTAGRAM SEBAGAI SOSIAL MEDIA MARKETING, SUASANA TEMPAT, HARGA DAN PEMBELIAN IMPULSIF .....</b>	<b>16</b>
A. Instagram sebagai Sosial Media Marketing .....	16
B. Suasana Tempat .....	22
C. Harga .....	26
D. Pembelian Impulsif .....	31

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	40
D. Populasi dan Sampel .....	40
E. Data dan Sumber Data .....	42
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Skala Pengukuran Variabel.....	44
H. Instrumen Penelitian.....	45
I. Uji Instrumen Penelitian .....	46
J. Teknik Analisis Data.....	47
<b>BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>52</b>
A. Penyajian Data .....	52
B. Analisis Data .....	84
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>91</b>
A. Simpulan.....	91
B. Saran-Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>93</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Penelitian .....	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Pembelian.....	58
Tabel 4.4 Jawaban Responden terhadap Variabel X1 (Instagram sebagai Sosial Media <i>Instagram</i> ).....	58
Tabel 4.5 Jawaban Responden terhadap Variabel X2 (Suasana Tempat).....	61
Tabel 4.6 Jawaban Responden terhadap Variabel X3 (Harga) .....	63
Tabel 4.7 Jawaban Responden terhadap Variabel Y (Pembelian Impulsif)..	65
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Instagram sebagai Sosial Media <i>Instagram</i> ).....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Suasana Tempat).....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel X3 (Harga).....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Pembelian Impulsif).....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Menggunakan One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test .....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas .....	74

Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser.....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	81
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan).....	82
Tabel 4.19 Hasil Uji T (Parsial) .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran .....	10
Gambar 4.1 Logo Miracle Coffee Banjarmasin .....	52
Gambar 4.2 Miracle Coffee Banjarmasin .....	53
Gambar 4.3 Instagram Miracle Coffee Banjarmasin .....	54
Gambar 4.4 Daftar Menu pada Miracle Coffee Banjarmasin .....	54
Gambar 4.5 Struktur Organisasi Miracle Coffee Banjarmasin .....	55
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram.....	72
Gambar 4.7 Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-Plot.....	73
Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot .....	76