

**PENGARUH *CONTEXT, COMMUNICATION, CONNECTION*, DAN
COLLABORATION PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP
MINAT BELI BUAH JERUK DI TOKO BUAH
PREMIUM MART KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Oleh

BELINDA PUTRI



**PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025**

PENGARUH *CONTEXT, COMMUNICATION, CONNECTION*, DAN
COLLABORATION PENGGUNAAN INSTAGRAM TERHADAP
MINAT BELI BUAH JERUK DI TOKO BUAH
PREMIUM MART KOTA SEMARANG

Oleh

BELINDA PUTRI
NIM: 23020321140106

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2025

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Belinda Putri
N I M : 23020321140106
Program Studi : S-1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi yang berjudul: **PENGARUH CONTEXT, COMMUNICATION, CONNECTION, DAN COLLABORATION PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI BUAH JERUK DI TOKO BUAH PREMIUM MART KOTA SEMARANG** dan penelitian yang terkait merupakan karya penulis sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Penulis juga mengakui bahwa skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing yaitu: **Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc** dan **Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Peternakan, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro

Semarang, Juni 2025

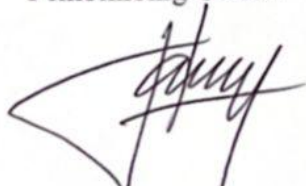
Penulis,



Belinda Putri

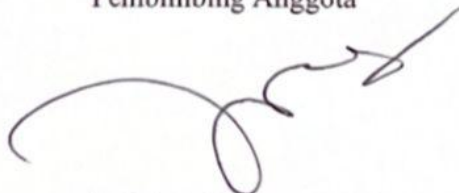
Mengetahui:

Pembimbing Utama



Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc

Pembimbing Anggota



Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PENGARUH *CONTEXT*,
COMMUNICATION, *CONNECTION*, DAN
COLLABORATION PENGGUNAAN
INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI
BUAH JERUK DI TOKO BUAH PREMIUM
MART KOTA SEMARANG

Nama Mahasiswa : BELINDA PUTRI

NIM : 23020321140106

Program Studi/Departemen : S-1 AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal **25 JUN 2025**

Pembimbing Utama



Hery Setiyawan, S.Pt., M.Sc

Pembimbing Anggota



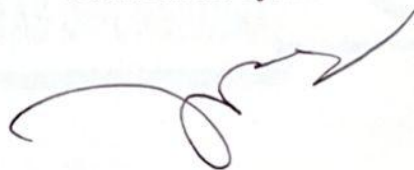
Ir. Joko Maryono, M.P., Ph.D

Ketua Program Studi



Ir. Kristopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



Ir. Joko Maryono, M.P., Ph.D.



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D.

Ketua Departemen



Ahmad N. Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D.

RINGKASAN

BELINDA PUTRI. 23020321140106. 2025. Pengaruh *Context, Communication, Connection*, dan *Collaboration* Penggunaan Instagram Terhadap Minat Beli Buah Jeruk di Toko Buah Premium Mart Kota Semarang (Pembimbing: **HERY SETIYAWAN** dan **JOKO MARIYONO**)

Media sosial telah memudahkan konsumen untuk memperoleh informasi tentang buah, termasuk produk, harga, dan variasi yang tersedia. Penelitian bertujuan untuk 1) mendeskripsikan penggunaan media sosial dan minat beli buah jeruk di Toko Buah Premium Mart; 2) menganalisis pengaruh *context, communication, connect, collaboration* terhadap minat beli konsumen melalui media sosial toko buah Premium Mart. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2025 hingga April 2025 di toko buah Premium Mart yang berlokasi di kota Semarang, dipilih karena Premium Mart mampu bersaing dengan 2 toko terpopuler lainnya yang dapat berpotensi mempengaruhi minat beli.

Metode penelitian menggunakan survei. Pemilihan metode ini dengan pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* yaitu teknik *accidental sampling* dengan *quota sampling* sebanyak 100 responden dengan kriteria yaitu berusia minimal 17 tahun dianggap sudah dewasa, pelanggan yang sudah menjadi *follower* Toko Buah Premium Mart, atau pernah melihat promosi – promosi yang ditawarkan oleh Toko Buah Premium Mart. Analisis data yang digunakan adalah: analisis deskriptif, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa 1) Pengelolaan media sosial pada toko Premium Mart yaitu melalui media sosial Instagram baik itu berupa postingan atau story. Kehadiran Premium Mart berbasis media sosial Instagram banyak diketahui oleh konsumen melalui media sosial itu sendiri, dan mempengaruhi minat beli konsumen untuk datang ke toko secara langsung maupun tidak langsung. 2) analisis regresi linier berganda menunjukkan variabel *context, communication, connection*, dan *collaboration* secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat beli buah jeruk. Secara parsial variabel *context, communication*, dan *collaboration* berpengaruh signifikan terhadap minat beli buah jeruk, dan, *connection* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli buah jeruk.

KATA PENGANTAR

Media sosial telah menjadi alat yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk perusahaan makanan dan minuman telah memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Salah satu produk yang sering dipromosikan melalui media sosial adalah buah. Toko Buah Premium Mart menjadikan konsumen yang melihat promosi produk melalui Instagram akan mudah menjangkau toko untuk mendapatkan produk yang diminatinya.

Puji syukur atas kehadirannya Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Context, Communication, Connection*, dan *Collaboration* Penggunaan Instagram Terhadap Minat Beli Buah Jeruk Di Toko Buah Premium Mart Kota Semarang”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Hery Setiawan, S.Pt., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Koordinator Lab Manajemen Agribisnis yang telah memberikan bimbingan dan masukan dalam penyusunan laporan Seminar kepada penulis.
2. Ir. Joko Mariyono M.P., Ph.D. selaku dosen pembimbing anggota dan selaku Koordinator Lab Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat

yang telah memberikan arahan dan masukkan yang bermanfaat bagi penulis sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian yang telah membantu dalam kelancaran proses perkuliahan di Fakultas Pertanian.
4. Ahmad Ni'matullah Al-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pertanian yang telah memberikan berbagai macam fasilitas serta berbagai kemudahan lainnya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi S-1 Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah mendukung persiapan dalam penyusunan Skripsi ini.
6. Prof. Dr. Ir. Siswanto Imam Santoso M.P. selaku Dosen wali dalam yang turut dalam mendukung serta memberikan arahan kepada penulis.
7. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi Program Studi Agribisnis dan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membantu penulis dalam proses belajar maupun pengurusan administrasi.
8. Bapak Suwardi dan Ibu Heni selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
9. Kakak saya Hamada Intan Rianti dan Syifa Aulia Salsabila yang telah memberikan dukungan dan bertukar pikiran kepada penulis.

10. Sahabat – sahabat saya Nabila Mutiara, Keisha Dewi, Syahzanan Sahilah, dan Annisa Nur Partiadewi yang telah memberikan motivasi, *support* mental dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teman – teman seperjuangan penulis Yuniati Rokhmah, Sabila Aldepis, Amelia Rizky, Nisrina Amalia, Qaishum Maliha, dan Bunga Rizkita yang sudah menjadi teman penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini dan banyak berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini.
12. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Agribisnis Universitas Diponegoro yang turut membantu penyusunan Skripsi oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa di dalam proses penyusunan Skripsi ini memiliki kekurangan baik teknis penulisan maupun materi sehingga penulis mengharapkan kritik, saran dan masukan yang bersifat membangun untuk perbaikan Skripsi ini kedepannya. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak baik bagi penulis, bagi perusahaan ataupun bagi para pembaca umumnya.

Semarang, Juni 2025

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ILUSTRASI.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan dan Masalah	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Jeruk	7
2.2. Promosi	8
2.3. Manajemen Pemasaran.....	9
2.4. Pemasaran	10
2.5. Media Sosial.....	11
2.6. Media Sosial Instagram.....	13
2.7. Minat Beli	14
2.8. Penelitian Terdahulu.....	15
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	17
3.2. Hipotesis Penelitian.....	19
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian.....	19
3.4. Metode Penelitian.....	19
3.5. Analisis Data	21
3.6. Batasan dan Konsep Pengukuran Variabel.....	25
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27

4.1. Latar Belakang Perusahaan	27
4.2. Karakteristik Responden	29
4.3. Penggunaan Media Sosial	34
4.4. Jeruk	37
4.5. Minat Beli	39
4.6. Uji Instrumen Data	40
4.7. Uji Normalitas	42
4.8. Uji Asumsi Klasik	43
4.9. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
 BAB V. SIMPULAN.....	 50
5.1. Simpulan.....	50
5.2. Saran.....	51
 DAFTAR PUSTAKA.....	 52
 LAMPIRAN.....	 57
 RIWAYAT HIDUP	 76

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Penelitian Terdahulu.....	15
2. Jenis Kelamin Responden	30
3. Usia Responden.....	30
4. Pendapatan Responden.....	32
5. Pekerjaan Responden	33
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengaruh Context pada Media Sosial Premium Mart Terhadap Minat Beli.....	34
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengaruh Communication pada Media Sosial Premium Mart Terhadap Minat Beli	35
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengaruh Connection pada Media Sosial Premium Mart Terhadap Minat Beli.....	36
9. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengaruh Collaboration pada Media Sosial Premium Mart Terhadap Minat Beli	36
10. Data Pembelian Buah Jeruk.....	37
11. Data Harga Produk Buah Jeruk di Premium Mart	38
12. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengaruh Media Sosial...	39
13. Hasil Uji Validitas.....	41
14. Hasil Uji Realiabilitas.....	42
15. Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov Test ...	43
16. Hasil Uji Multikolinearitas	43
17. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	44
18. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	46

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Kerangka Pemikiran	18