

**PENGARUH PESAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL  
“INSTAGRAM” TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
DI CV TIRTA FERTINDO PRATAMA**

---

**SKRIPSI**

---

**Oleh :**

**ANISTA WATI**



**PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS  
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
S E M A R A N G  
2025**

PENGARUH PESAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL  
“INSTAGRAM” TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
DI CV TIRTA FERTINDO PRATAMA

Oleh:

ANISTA WATI  
NIM. 23020321120016

Salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S-1 Agribisnis  
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S-1 AGRIBISNIS  
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
S E M A R A N G  
2025

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Anista Wati  
NIM : 23020321120016  
Program Studi : S-1 Agribisnis

dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi yang berjudul **Pengaruh Pesan Pemasaran Melalui Media Sosial "Instagram" Terhadap Minat Beli Produk di CV Tirta Fertindo Pratama** dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini merupakan karya penulis sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari karya 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 **Siwi Gayatri S.Pt., M.Sc., Ph.D.** 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 S-1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Mei 2025

Penulis,



Anista Wati

Mengetahui:

Pembimbing Utama

Siwi Gayatri S.Pt., M.Sc., Ph.D.

Pembimbing Anggota

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

Judul Skripsi : PENGARUH PESAN PEMASARAN MELALUI  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK DI CV TIRTA  
FERTINDO PRATAMA

Nama Mahasiswa : ANISTA WATI

NIM : 23020321120016

Program : S-1 AGRIBISNIS / PERTANIAN

Studi/Departemen

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji  
dan dinyatakan lulus pada tanggal **16 MAY 2025**

Pembimbing Utama



Siwi Gayatri, S.Pt., M.Sc., Ph.D.

Pembimbing Anggota



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

Ketua Program Studi



Ir. Kustopo Budiraharjo, M. P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



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



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

Ketua Departemen



Ahmad Ni'matullah Al-Baarri., S.Pt., M.P., Ph.D.

## RINGKASAN

**ANISTA WATI.** 23020321120016. 2025. Pengaruh Pesan Pemasaran Melalui Media Sosial “Instagram” Terhadap Minat Beli Produk Di CV Tirta Fertindo Pratama (Pembimbing: **SIWI GAYATRI** dan **JOKO MARIYONO**)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pesan pemasaran oleh CV Tirta Fertindo Pratama melalui media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2025 sampai Maret 2025 pada akun Instagram CV Tirta Fertindo Pratama yaitu @fertindo\_semarang.

Metode penelitian adalah studi kasus. Pemilihan metode ini berdasarkan pada proses pemasaran online yang dilakukan CV Tirta Fertindo Pratama yang menggunakan media sosial Instagram karena dirasa memiliki beragam fitur yang dapat mendukung penyampaian pesan pemasaran kepada khalayak dengan biaya yang lebih murah. Suatu perusahaan membutuhkan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan dan mengurangi resiko kerusakan pada produk buah dan sayur. Salah satu strategi yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan promosi atau penyebaran informasi produk kepada konsumen dan calon konsumen melalui media sosial. Pengambilan sampel dalam penelitian ini secara *Non probability sampling*, jumlah responden dalam penelitian ini yaitu 100 orang yang merupakan *followers* akun Instagram @fertindo\_semarang dengan usia lebih dari 17 tahun. Metode analisis data adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan variabel struktur pesan (X1), format pesan (X2), isi pesan (X3), sumber pesan (X4), umur (X5), dan pendidikan (X6) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Y). Keenam variabel bebas dalam penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 75,4% terhadap variabel terikat yaitu minat beli. Pada pengujian secara parsial (Uji t) diketahui bahwa variabel struktur pesan, format pesan dan isi pesan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli, variabel sumber pesan berpengaruh positif namun tidak signifikan, variabel umur berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli, variabel pendidikan berpengaruh negatif namun signifikan terhadap minat beli. Variabel dalam penelitian ini yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel minat beli yaitu isi pesan.

Simpulan penelitian ini yaitu pesan pemasaran yang dilakukan CV Tirta Fertindo Pratama meliputi struktur, format, isi, sumber pesan, usia dan pendidikan memberikan kontribusi sebesar 75,4% terhadap minat beli konsumen. Pada variabel sumber pesan dan umur tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, sedangkan isi pesan memberikan pengaruh paling besar.

## **KATA PENGANTAR**

Perkembangan teknologi dan informasi mengalami percepatan yang sangat pesat, tidak terkecuali dalam bidang pertanian. Perkembangan teknologi ini memunculkan media sosial yang beragam, salah satu media sosial yang banyak digunakan saat ini yaitu Instagram. Saat ini pemasaran dalam sektor pertanian khususnya buah dan sayur telah banyak memanfaatkan media sosial seperti Instagram. Instagram digunakan dalam penyampaian informasi terkait produk. Pemasaran buah dan sayur melalui Instagram perlu memperhatikan unsur pesan yang ingin disampaikan sehingga dapat mencapai pemasaran yang efektif dan efisien. Tidak terkecuali pada produsen buah dan sayur CV Tirta Fertindo Pratama yang memanfaatkan Instagram dengan nama akun @fertindo\_semarang sebagai media penyampaian pesan pemasaran.

Segala puji dan syukur bagi Tuhan Maha Esa yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Pesan Pemasaran melalui Media Sosial “Instagram” terhadap Minat Beli Produk di CV Tirta Fertindo Pratama” dengan tepat waktu. Skripsi ini dibuat sebagai prasyarat yang perlu dipenuhi penulis untuk lulus dari Program Studi S-1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Penulis sadar bahwa dalam melakukan penyusunan Skripsi ini penulis menghadapi berbagai hambatan baik secara teknis maupun non teknis. Namun, atas berkat dari Tuhan Yang Maha Esa, usaha, doa, semangat, bantuan, bimbingan serta

dukungan yang penulis terima secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Siwi Gayatri S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan dan masukan untuk penyusunan Skripsi kepada penulis;
2. Ir. Joko Mariyono, M.P., Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Anggota, Koordinator Laboratorium Penyuluhan dan Pemberdayaan Masyarakat, serta Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dan masukan untuk penyusunan Skripsi kepada penulis;
3. Prof. Sugiharto, S. Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro Semarang;
4. Ahmad Ni'matullah AL-Baarri, S.Pt., M.P., Ph.D. selaku Ketua Departemen Pertanian;
5. Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi S-1 Agribisnis;
6. Seluruh Dosen dan Staff Administrasi Program Studi S-1 Agribisnis dan Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro yang telah membantu penulis dalam proses belajar maupun pengurusan administrasi;
7. HRD CV Tirta Fertindo Pratama yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di akun Instagram dari CV Tirta Fertindo Pratama;
8. (Alm) Bapak Safi'i selaku orang tua penulis yang telah menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam mengerjakan Skripsi ini;

9. Ibu Kustinah selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis dalam mengerjakan Skripsi ini;
10. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi S-1 Agribisnis Universitas Diponegoro yang turut membantu penyusunan Skripsi oleh penulis;
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam pengambilan data maupun penyusunan Skripsi.

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.

Semarang, Mei 2025



## DAFTAR ISI

|                                               | Halaman |
|-----------------------------------------------|---------|
| KATA PENGANTAR .....                          | vi      |
| DAFTAR TABEL .....                            | xi      |
| DAFTAR ILUSTRASI .....                        | xii     |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                          | xiii    |
| BAB I PENDAHULUAN .....                       | 1       |
| 1. 1.Latar Belakang.....                      | 1       |
| 1. 2.Tujuan dan Manfaat Penelitian.....       | 3       |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                  | 5       |
| 2. 1.Pemasaran Buah dan Sayur .....           | 5       |
| 2. 2.Komunikasi Pemasaran .....               | 6       |
| 2. 3.Pesan Pemasaran.....                     | 7       |
| 2. 4.Media Sosial .....                       | 10      |
| 2. 5.Instagram .....                          | 11      |
| 2. 6.Minat Beli .....                         | 12      |
| 2. 7.Penelitian Terdahulu .....               | 13      |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....            | 17      |
| 3. 1.Kerangka Pemikiran .....                 | 17      |
| 3. 2.Hipotesis Penelitian .....               | 20      |
| 3. 3.Tempat dan Waktu Penelitian.....         | 21      |
| 3. 4.Metode Penelitian .....                  | 21      |
| 3. 5.Penentuan dan Pengambilan Sampel .....   | 22      |
| 3. 6.Metode Penentuan Variabel.....           | 23      |
| 3. 7.Sumber dan Teknik Pengumpulan Data ..... | 24      |
| 3. 8.Metode Analisis Data .....               | 26      |

|                                                       |     |
|-------------------------------------------------------|-----|
| 3. 9.Batasan Konsep dan Pengukuran Variabel.....      | 32  |
| BAB IV PEMBAHASAN.....                                | 40  |
| 4.1.Gambaran Umum CV Tirta Fertindo Pratama.....      | 40  |
| 4.2.Gambaran Umum Responden.....                      | 47  |
| 4.3.Pengaruh Pesan Pemasaran terhadap Minat Beli..... | 52  |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....                        | 69  |
| 5.1.Simpulan.....                                     | 69  |
| 5.2.Saran .....                                       | 70  |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                  | 72  |
| LAMPIRAN.....                                         | 76  |
| RIWAYAT HIDUP.....                                    | 109 |

## DAFTAR TABEL

| Nomor                                                       | Halaman |
|-------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Tabel Penelitian Terdahulu .....                         | 13      |
| 2. Kriteria Penilaian Skala.....                            | 25      |
| 3. Pengukuran Variabel Pesan Pemasaran .....                | 34      |
| 4. Pengukuran Variabel Minat Beli.....                      | 39      |
| 5. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur .....               | 48      |
| 6. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....       | 49      |
| 7. Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..... | 50      |
| 8. Jenis Postingan Yang Disukai.....                        | 51      |
| 9. Hasil Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Berganda..... | 54      |

## DAFTAR ILUSTRASI

| Nomor                                                      | Halaman |
|------------------------------------------------------------|---------|
| 1. Kerangka pemikiran .....                                | 19      |
| 2. Logo CV Tirta Fertindo Pratama .....                    | 41      |
| 3. Akun Instagram @fertindo_semarang .....                 | 42      |
| 4. Struktur Organisasi CV Tirta Fertindo Pratama.....      | 44      |
| 5. Postingan @fertindo_semarang Daya Tarik Rasional .....  | 64      |
| 6. Postingan @fertindo_semarang Daya Tarik Emosional ..... | 65      |
| 7. Postingan @fertindo_semarang Daya Tarik Moral .....     | 65      |

## DAFTAR LAMPIRAN

| Nomor                                             | Halaman |
|---------------------------------------------------|---------|
| 1. Lokasi Penelitian.....                         | 76      |
| 2. Kuesioner Penelitian .....                     | 77      |
| 3. Hasil Kuesioner Penelitian.....                | 81      |
| 4. Hasil Uji Validitas.....                       | 92      |
| 5. Hasil Uji Reliabilitas .....                   | 98      |
| 6. Hasil Uji Normalitas .....                     | 100     |
| 7. Hasil Uji Multikoleniaritas.....               | 101     |
| 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....            | 102     |
| 9. Hasil Analisis Regresi Berganda.....           | 103     |
| 10. Hasil Uji F (simultan).....                   | 104     |
| 11. Hasil Uji t (Parsial).....                    | 105     |
| 12. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) ..... | 106     |
| 13. Dokumentasi Penelitian .....                  | 107     |