

PENERAPAN *STORYTELLING* DALAM MENDORONG KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK RAW HONEY PT IMAGO RANDAU HARMONI

MUHAMMAD AQILAH FRIZZY



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN PROYEK AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Penerapan *Storytelling* dalam Mendorong Keputusan Pembelian dan Meningkatkan Penjualan Produk Raw Honey PT Imago Randau Harmoni” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan proyek akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2026

Muhammad Aqilah Frizzy
J0410221003

ABSTRAK

MUHAMMAD AQILAH FRIZZY. Penerapan *Storytelling* dalam Mendorong Keputusan Pembelian dan Meningkatkan Penjualan Produk Raw Honey PT Imago Randau Harmoni. Dibimbing oleh FEBRIANTINA DEWI.

Maraknya praktik pemalsuan madu di pasaran menimbulkan skeptisme konsumen terhadap keaslian produk. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penerapan *storytelling* terhadap penurunan tingkat skeptisme konsumen dan keputusan pembelian produk Imago Raw Honey. Penelitian menggunakan 100 responden yang ditentukan dengan rumus *Lemeshow* dan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *storytelling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penurunan tingkat skeptisme konsumen, sedangkan penurunan skeptisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa *storytelling* efektif meningkatkan kepercayaan konsumen, mendorong keputusan pembelian, dan mendukung peningkatan volume penjualan produk Imago Raw Honey.

Kata kunci: keputusan pembelian, penurunan skeptisme, *storytelling*, volume penjualan

ABSTRACT

MUHAMMAD AQILAH FRIZZY. The Application of Storytelling in Driving Purchase Decisions and Increasing Sales of PT Imago Randau Harmoni's Raw Honey Products. Supervised by FEBRIANTINA DEWI.

The rise of honey counterfeiting practices in the market has caused consumer skepticism about the authenticity of products. This study aims to analyze the influence of marketing strategies through storytelling on reducing consumer skepticism and purchasing decisions of Imago Raw Honey products. The study used 100 respondents determined by the Lemeshow formula and selected using the purposive sampling technique. Data analysis was carried out using Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS). The results showed that storytelling had a positive and significant effect on reducing consumer skepticism, while decreasing skepticism had a positive and significant effect on purchasing decisions. These findings show that storytelling is effective in increasing consumer trust, driving purchase decisions, and supporting an increase in sales volume of Imago Raw Honey products.

Keywords: decreased skepticism, purchase decisions, sales volume, storytelling



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENERAPAN *STORYTELLING* DALAM MENDORONG KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK RAW HONEY PT IMAGO RANDAU HARMONI

MUHAMMAD AQILAH FRIZZY

Laporan Proyek Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Manajemen Agribisnis

**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

IPB University
— Bogor Indonesia —

Penguji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Ir. Leni Lidya, M.M.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Proyek Akhir : Penerapan *Storytelling* dalam Mendorong Keputusan Pembelian dan Meningkatkan Penjualan Produk Raw Honey PT Imago Randau Harmoni
Nama : Muhammad Aqilah Frizzy
NIM : J0410221003

Disetujui oleh

Pembimbing:
Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc.

Febriantina Dewi

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Intani Dewi, S.Pt., M.Sc., M.Si.
NPI. 201811198309142016

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003

Intani Dewi


Tanggal Ujian: 29 Juni 2026

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juli 2025 sampai bulan Desember 2025 dengan judul “Penerapan *Storytelling* dalam Mendorong Keputusan Pembelian dan Meningkatkan Penjualan Produk Raw Honey PT Imago Randau Harmoni”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada pembimbing, Ibu Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Bapak Henry Hidayat SST.Par yang telah memberi izin penelitian dan membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada papa yaitu Heru Mustika S.E., mama yaitu Neneng Hasanah serta seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Terimakasih juga kepada teman dekat penulis yang telah membantu dan memberikan dukungan.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2026

Muhammad Aqilah Frizzy

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Hipotesis	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Pemasaran	4
2.2 <i>Storytelling</i>	4
2.3 Skeptisme	5
2.4 Keputusan Pembelian	6
2.5 Penelitian Terdahulu	7
2.6 Kerangka Pemikiran	8
III METODE	10
3.1 Lokasi dan Waktu	10
3.2 Teknik Pengumpulan Data	10
3.3 Teknik Pengambilan dan Analisis Data	11
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	17
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	17
4.2 Analisis Deskriptif	19
4.3 <i>Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	24
4.4 Penerapan <i>Storytelling</i> untuk Meningkatkan Volume Penjualan	29
4.5 <i>Sales Growth</i>	30
4.6 Implikasi Manajerial	34
V SIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Simpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	39
RIWAYAT HIDUP	49



DAFTAR TABEL

1	Data pengunjung <i>booth</i> Imago dan data pengunjung yang skeptis terhadap	2
2	Penelitian terdahulu	7
3	<i>Item</i> pengukuran dalam model penelitian	11
4	Karakteristik responden pengunjung <i>booth</i> Imago	19
5	Persepsi konsumen terhadap <i>storytelling</i>	21
6	Persepsi konsumen terhadap penurunan skeptisme	22
7	Persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian	23
8	Hasil <i>outer loading</i> uji validitas konvergen	25
9	Hasil nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	26
10	Hasil perhitungan <i>cross loading</i>	26
11	Hasil perhitungan <i>Fornell Larcker</i>	27
12	Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	27
13	Hasil nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square adjusted</i>	28
14	Hasil uji hipotesis	28
15	Penerimaan bulan Juli-September sebelum penerapan	30
16	Pendapatan bulan Juli-September sebelum penerapan	31
17	Penerimaan bulan Oktober-Desember sesudah penerapan	32
18	Pendapatan bulan Oktober-Desember sesudah penerapan	33
19	Matriks implikasi manajerial	34

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran	9
2	Model penelitian	12
3	Logo PT Imago Randau Harmoni	17
4	Alur bisnis proses PT Imago Randau Harmoni	19

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	41
2	Biaya tetap bulan Juli-September sebelum penerapan	44
3	Biaya variabel bulan Juli-September sebelum penerapan	44
4	Biaya tetap bulan Oktober-Desember setelah penerapan	45
5	Biaya variabel bulan Oktober-Desember setelah penerapan	45
6	Biaya investasi bulan Juli-September sebelum penerapan	46
7	Biaya investasi bulan Oktober-Desember setelah penerapan	47
8	Dokumentasi kegiatan	48