

EVALUASI PENGGUNAAN META ADS TERHADAP NIAT BELI CALON PELANGGAN YOURGOODHABIT

YAFI AL FITRAH



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

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 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.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Evaluasi Penggunaan Meta *Ads* terhadap Niat Beli Calon Pelanggan Yourgoodhabit” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun 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 skripsi ini.

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

Bogor, Agustus 2024

Yafi Al Fitrah
K1401201022

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 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.

ABSTRAK

YAFI AL FITRAH. Evaluasi Penggunaan Meta Ads terhadap Niat Beli Calon Pelanggan Yourgoodhabit. Dibimbing oleh RADEN DIKKY INDRAWAN dan NUR HASANAH.

Meta ads sebagai platform *digital marketing* mengalami perkembangan pesat, perkembangan ini dimanfaatkan oleh Yourgoodhabit untuk mengoptimalkan penggunaannya dengan melakukan pengiklanan, akan tetapi tidak menunjukkan kenaikan tren penjualan. Menanggapi hal tersebut, perlu dievaluasi apakah penggunaan Meta ads dapat mempengaruhi niat beli calon pelanggan Yourgoodhabit. Niat beli dapat di prediksi dengan menggunakan komponen pada *Theory of Planned Behavior*. Data diolah menggunakan analisis deskriptif, STP dan analisis SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan calon pelanggan Yourgoodhabit dominan berusia 21-35 tahun dan variabel *subjective norms* serta *perceived behavioral control* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli pelanggan Yourgoodhabit. Sedangkan variabel *attitude* tidak memiliki pengaruh terhadap niat beli pelanggan. Rekomendasi meliputi konten iklan pada Meta yang menyebarkan informasi mengenai manfaat dan khasiat produk serta menyebarkan informasi tata cara pembelian produk dalam iklan atau *landing page*.

Kata Kunci: Meta ads, niat beli, calon pelanggan, *Theory of Planned Behavior*, Yourgoodhabit

ABSTRACT

YAFI AL FITRAH. Evaluation of Using Meta Ads on the Purchase Intention of Yourgoodhabit's Potential Customer. Supervised by RADEN DIKKY INDRAWAN and NUR HASANAH.

Meta ads as a digital marketing platform is experiencing rapid development, this development is used by Yourgoodhabit to optimise its use by advertising, but does not show an increase in sales trends. In response to this, it is necessary to evaluate whether the use of Meta ads can influence the purchase intention of potential Yourgoodhabit customers. Purchase intentions can be predicted using components on the Theory of Planned Behaviour. Data is processed using descriptive analysis, STP and SEM-PLS analysis. The results showed that Yourgoodhabit's prospective customers are predominantly 21-35 years old and the subjective norms and perceived behavioural control variables have a positive and significant influence on the purchase intention of Yourgoodhabit customers. Meanwhile, the attitude variable has no influence on customer purchase intentions. Recommendations include advertising content on Meta that disseminates information about the benefits and efficacy of products and disseminates information on how to purchase products in advertisements or landing pages.

Keywords : potential customer, Meta ads, purchase intention, Theory of Planned Behavior, Yourgoodhabit



@Hak cipta milik IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
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.

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.

EVALUASI PENGGUNAAN META ADS TERHADAP NIAT BELI CALON PELANGGAN YOURGOODHABIT

YAFI AL FITRAH

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@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.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat., M.Si.
- 2 Ir. Retnaningsih, M.Si

Judul Skripsi : Evaluasi Penggunaan Meta Ads terhadap Niat Beli Calon Pelanggan Yourgoodhabit

Nama : Yafi Al Fitrah

NIM : K1401201022

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Raden Dikky Indrawan, S.P., M.M.



Pembimbing 2:

Dr. Nur Hasanah, S.Kom., M.Eng.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi

Sekolah Bisnis:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.

NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian : 25 Juli 2024

Tanggal Lulus: 02 Agustus 2024



@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.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul Evaluasi Penggunaan Meta Ads terhadap Niat Beli Calon Pelanggan Yourgoodhabit ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulisan karya ilmiah ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, dan dorongan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis Bapak Asriani dan Ibu Wasrita yang sangat penulis sayangi dan tak henti-hentinya memberikan doa, dukungan, pengorbanan, kepercayaan, kesabaran, perhatian serta curahan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Saudara kandung penulis yaitu Nadhifah dan Salsabila Barokah yang memberikan perhatian, kasih sayang dan pengorbanannya. Kehadiran kalian memberikan kebahagiaan dan kekuatan dalam pengerjaan penelitian ini.
3. Dr. Raden Dicky Indrawan, S.P., M.M sebagai ketua komisi pembimbing yang telah membantu memberikan bimbingan dan saran dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Dr. Nur Hasanah, S.Kom., M.Eng. Sebagai anggota komisi pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Segenap dosen Sekolah Bisnis, khususnya pembimbing *capstone project*, dosen moderator presentasi bisnis dan dosen penguji ujian skripsi penulis, atas waktu dan bimbingannya dalam penyelesaian penelitian ini.
6. Orang terdekat penulis, Aca. Terima kasih telah memberikan bantuan, dukungan dan perhatian selama proses penulisan penelitian ini.
7. Teman seperjuangan penulis, Andre, Dika, Vian, Fira, Balya, Ziyad dan Elai, terima kasih atas kebersamaan, kerjasama dan dukungan yang diberikan satu sama lain selama masa perkuliahan dan pengerjaan penelitian ini.
8. Para sahabat penulis, Davin, Aldi, Dira, Noni dan Talitha yang telah membentuk lingkungan pertemanan yang hangat dan penuh kebersamaan. Terima kasih atas dukungan, motivasi dan bantuan yang diberikan selama proses penelitian ini.

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

Bogor, Agustus 2024

Yafi Al Fitrah



@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.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN	iii
I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	4
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 <i>Digital Marketing</i>	8
2.2 <i>Meta Ads</i>	8
2.3 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	9
2.4 Niat Beli	11
2.5 Penelitian Terdahulu	11
2.6 Kerangka Pemikiran	13
2.7 Pengembangan Hipotesis	14
III. METODE	16
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	16
3.2 Jenis dan Sumber Data	16
3.3 Metode Penentuan Responden	16
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	16
3.5 Definisi Operasional	20
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	22
4.2 Karakteristik Responden	23
4.3 Analisis SEM PLS	33
4.4 Pembahasan	39
4.5 Implikasi Manajerial	42
V. KESIMPULAN	44
5.1 Simpulan	44
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	49
RIWAYAT HIDUP	57



DAFTAR TABEL

1	<i>Engagement rate</i> instagram bisnis <i>food and beverage</i> sehat di Kota Pekanbaru	4
2	Metrik penilaian iklan Meta dan penjelasannya	8
3	Penelitian terdahulu	12
4	Kategori skor berdasarkan rentang skala	17
5	Definisi operasional	20
6	Eliminasi responden dengan <i>screening question</i>	23
7	Klasifikasi responden berdasarkan usia	24
8	Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin	24
9	Klasifikasi responden berdasarkan domisili di Kota Pekanbaru	25
10	Klasifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir	25
11	Klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan	26
12	Klasifikasi responden berdasarkan pengeluaran per bulan	26
13	Persepsi responden berdasarkan variabel penelitian	27
14	Persepsi responden terhadap variabel penelitian dengan gabungan karakteristik usia dan tingkat pendidikan	28
15	Persepsi responden terhadap variabel penelitian dengan gabungan karakteristik pekerjaan dan pengeluaran per bulan	30
16	Nilai AVE	35
17	Nilai <i>cross loading</i>	36
18	Nilai <i>composite reliability</i>	36
19	Output hasil <i>bootstrapping</i>	37
20	Pernyataan hipotesis penelitian	38

DAFTAR GAMBAR

1	Platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia per Januari 2024	1
2	Saluran utama dalam riset merek <i>online</i> di Indonesia per Januari 2024	2
3	Jumlah pengikut dan <i>engagement rate</i> Instagram Yourgoodhabit	3
4	Rata-rata <i>engagement rate</i> Instagram berdasarkan jumlah <i>followers</i>	3
5	Penjualan produk Yourgoodhabit November 2020 – Mei 2024	5
6	<i>Theory of Planned Behaviour</i>	10
7	Kerangka pemikiran	14
8	Hipotesis penelitian	15
9	Model penelitian	19
10	Paket produk Yourgoodhabit	22
11	Model penelitian (validitas dan reliabilitas 30 responden)	33
12	Nilai <i>loading factor</i>	34

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	51
---	----------------------	----

@Hak cipta milik IPB University

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 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.