



PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKCOY PADA PUSPA AGRO FARM

RHEISYA SILVANNY



**MANAJEMEN AGRIBISNIS
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



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

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan proyek akhir dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram sebagai *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Pakcoy pada Puspa Agro Farm” 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 laporan proyek akhir saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2025

Rheisya Silvanny
J0310211081

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 mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



RHEISYA SILVANNY. Pengaruh Media Sosial Instagram sebagai *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Pakcoy pada Puspa Agro Farm. Dibimbing oleh MURDIANTO.

Puspa Agro Farm sering mengalami situasi *excess supply*. Perusahaan juga belum optimal dalam memanfaatkan media pemasaran *online*, sehingga mengakibatkan kesulitan menjual produknya. Melihat perkembangan zaman yang maju, serta peningkatan penggunaan internet, dan banyaknya pengguna Instagram, maka dilakukannya pemanfaatan Instagram sebagai pemasaran *online*. Tujuan penelitian untuk mengidentifikasi karakteristik pengikut Instagram, menganalisis pengaruh pemasaran *online* terhadap keputusan pembelian, serta merumuskan implikasi manajerial yang sesuai. Metode analisis menggunakan analisis deskriptif, analisis SEM-PLS, dan analisis pendapatan parsial. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Instagram sebagai alat pemasaran *digital* memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran pakcoy. Analisis laporan laba rugi menunjukkan adanya peningkatan signifikan sebelum dan setelah pengembangan *branding*. Analisis R/C rasio mengalami kenaikan menjadi 1,45 yang dapat diartikan bahwa pengembangan *branding* melalui media sosial Instagram berdampak positif terhadap pendapatan.

Kata kunci: Instagram, keputusan pembelian, pemasaran online, promosi, Puspa Agro Farm

ABSTRACT

RHEISYA SILVANNY. The Effect of Instagram Social Media as Digital Marketing on Pakcoy Purchasing Decisions at Puspa Agro Farm. Supervised by MURDIANTO.

Puspa Agro Farm often experiences excess supply situations. The company has also not been optimal in utilizing online marketing media, resulting in difficulties selling its products. Seeing the development of advanced times, as well as the increase in internet usage, and the large number of Instagram users, the utilization of Instagram as online marketing is carried out. The research objectives are to identify the characteristics of Instagram followers, analyze the effect of online marketing on purchasing decisions, and formulate appropriate managerial implications. The analysis method uses descriptive analysis, SEM-PLS analysis, and partial income analysis. This study shows that Instagram social media as a digital marketing tool has a significant positive influence on purchasing decisions for pakcoy vegetables. Income statement analysis shows a significant increase before and after branding development. The R/C ratio analysis has increased to 1,45 which means that the development of branding through Instagram social media has a positive impact on income.

Keywords: Instagram, online marketing, promotion, purchase decision, Puspa Agro Farm



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 2025
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.



PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKCOY PADA PUSPA AGRO FARM

RHEISYA SILVANNY

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
2025**

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 mengulik 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

IPB University

Pengaji pada ujian Laporan Proyek Akhir: Dr. Ir. Dahri Tanjung, M.Si.

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.



Nama
NIM

Judul Proyek Akhir : Pengaruh Media Sosial Instagram sebagai *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Pakcoy pada Puspa Agro Farm

: Rheisyah Silvanny
: J0310211081

@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 mengulik kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Disetujui oleh

Pembimbing:
Ir. Murdianto, M.Si.

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



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 mengulang 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 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 2024 sampai bulan Desember 2024 ini ialah terfokuskan pada bidang pemasaran dengan judul “Pengaruh Media Sosial Instagram sebagai *Digital Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Pakcoy pada Puspa Agro Farm”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Komalasari dan Bapak Yudhi Rezha selaku orang tua dari penulis yang telah memberikan banyak doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada batasnya kepada penulis. Dukungan orang tua menjadi sumber motivasi utama dan semangat penulis dalam mengerjakan dan menyelesaikan karya ilmiah ini. Terima kasih kepada pembimbing Bapak Ir. Murdianto, M.Si. yang telah membimbing, memberikan banyak saran, dan memberikan banyak sekali dukungan yang tiada hentinya dan sangat berharga dalam penulisan karya ilmiah ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, dan moderator seminar. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada ibu Nia Karniasari sebagai pembimbing lapang yang telah menerima dengan baik untuk magang di Puspa Agro Farm dan telah membantu selama pengumpulan data selama penelitian. Ungkapan terima kasih juga penulis berikan kepada seluruh dosen Program Studi Manajemen Agribisnis Sekolah Vokasi IPB yang tanpa lelah telah memberikan ilmu pengetahuan selama menempuh Pendidikan di Sekolah Vokasi IPB. Terakhir, penulis juga berterima kasih kepada Tabina Syafira dan teman-teman lainnya yang tidak disebutkan namanya satu per satu yang selalu bersama-sama, mendukung, dan memberikan saran yang sangat berharga selama penulis menempuh Pendidikan di Sekolah Vokasi IPB.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Penulis mengharapkan bahwa karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi para pembaca yang memerlukan informasi dan pengetahuan, serta dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perkembangan dan kemajuan ilmu pengetahuan secara keseluruhan. Sebagai penutup, penulis berharap agar Allah Subhanaahu Wa Ta'ala senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, sehingga kita dapat terus berupaya dalam meningkatkan kualitas diri dan pengetahuan, Aamiin.

Bogor, Agustus 2025

Rheisya Silvanny



DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Sayuran Pakcoy	7
2.2 Hidroponik	7
2.3 Media Sosial Instagram	8
2.4 <i>Digital Marketing</i>	9
2.5 <i>Branding</i>	10
2.6 Keputusan Pembelian	10
2.7 <i>Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)</i>	11
2.8 Analisis Pendapatan Parsial	12
2.9 Peningkatan Pendapatan	12
2.10 Penelitian Terdahulu	13
2.11 Kerangka Teori	16
2.12 Kerangka Pemikiran	16
2.13 Definisi Operasional	18
2.14 Hipotesis Penelitian	20
III METODE	21
3.1 Waktu dan Tempat	21
3.2 Jenis dan Sumber Data	21
3.3 Metode Pengambilan Sampel	21
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	23
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	28
4.2 Analisis Deskriptif	34
4.3 Analisis SEM-PLS	37
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	44
4.5 Analisis Pendapatan Parsial	49
4.6 Implikasi Manajerial	51
V SIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57
RIWAYAT HIDUP	73

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 mengulang kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



1	Penjualan hasil produksi sayuran pakcoy Puspa Agro Farm tahun 2024	3
2	Peningkatan pengguna Instagram Januari 2020 sampai Agustus 2024	8
3	Penelitian terdahulu	13
4	Skala likert	19
5	Konsep, variabel, indikator, dan skala	20
6	Skala likert	23
7	Sumber daya fisik Puspa Agro Farm	30
8	Mesin dan peralatan	30
9	Karakteristik produk	33
10	Pengelompokan berdasarkan jenis kelamin	34
11	Pengelompokan berdasarkan usia	35
12	Pengelompokan berdasarkan domisili	35
13	Pengelompokan berdasarkan status	36
14	Pengelompokan berdasarkan pekerjaan	36
15	Pengelompokan berdasarkan pendapatan	37
16	Hasil uji validitas konvergen	38
17	Hasil <i>fornell-larcker criterion</i>	40
18	Hasil <i>cross loadings</i>	40
19	Hasil uji reliabilitas	41
20	Hasil nilai <i>r square</i>	42
21	Hasil uji <i>bootstrapping</i>	43
22	Analisis laba rugi	50
23	Analisis R/C rasio	50

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah penggunaan internet di Indonesia 2013-2023	1
2	Penggunaan media sosial di Indonesia pada awal 2024	2
3	Kerangka teori	16
4	Kerangka pemikiran	17
5	Lokasi Puspa Agro Farm	21
6	Model hubungan <i>content creation, content sharing, connecting, dan community building</i> terhadap keputusan pembelian	24
7	Logo Puspa Agro Farm	28
8	Struktur organisasi Puspa Agro Farm	31
9	Hasil analisis <i>outer model</i>	38
10	Hasil analisis <i>bootstrapping</i>	42
11	Kegiatan <i>content creation</i>	44
12	Kegiatan <i>content sharing</i>	46
13	Kegiatan <i>connecting</i>	47
14	Kegiatan <i>community building</i>	48
15	Insight Instagram	51

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 mengulik kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



1	Kuesioner penelitian	59
2	Strategi SWOT	63
3	Tabulasi data responden	64
4	Penerimaan pakcoy hidroponik Puspa Agro Farm sebelum pengembangan	68
5	Penerimaan pakcoy hidroponik Puspa Agro Farm setelah pengembangan	68
6	Perhitungan penerimaan pakcoy	69
7	Biaya penyusutan	69
8	Perhitungan biaya tetap per bulan	69
9	Biaya promosi per periode (tiga bulan)	69
10	Perhitungan biaya variabel sebelum pengembangan	70
11	Perhitungan biaya variabel setelah pengembangan	70
12	Perhitungan HPP	70
13	Konten Instagram	71
14	Katalog penjualan	71
15	Tampilan Link.tree	72
16	Dokumentasi kegiatan magang	72

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 mengulik kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.