

**PENGARUH MEDIA PERIKLANAN INSTAGRAM, *BRAND IMAGE* DAN *DAYA TARIK* TERHADAP MINAT KUNJUNG DI *EVENT SURONATAN STREET MARKET* DI KABUPATEN TEMANGGUNG**

**( Studi Pada Pengunjung *Event Suronatan Street Market* )**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi Manajemen

Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta



**Disusun Oleh :**

Rozaq Aji Luhur

2000011206

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN  
YOGYAKARTA**

**2024**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH MEDIA PERIKLANAN INSTAGRAM, BRAND IMAGE DAN  
DAYA TARIK TERHADAP MINAT KUNJUNG DI EVENT SURONATAN  
STREET MARKET DI KABUPATEN TEMANGGUNG

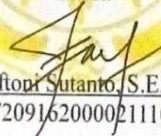
((Studi Kasus Pada Pengunjung Event Suronatan Street Market Di Temanggung))

Diajukan Oleh  
ROZAQ AJI LUHUR  
NIM: 2000011206

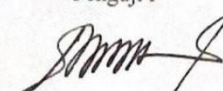
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta  
Tanggal: 10-12..... 2024

Yang terdiri dari

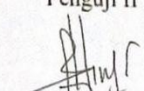
Ketua

  
Dr. Aftoni Sutanto, S.E., M.Si  
NIP. 197209162000021110856433

Penguji I

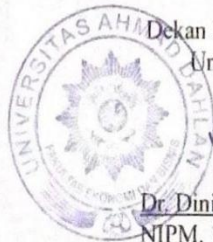
  
Deny Ismanto, S.E., M.M  
NIPM. 198105182014081111138127

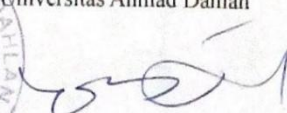
Penguji II

  
Tina Sulistiyani, SE., M.M  
NIPM. 197509242001020110861603

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan



  
Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIOnR  
NIPM. 197006201996010110784345

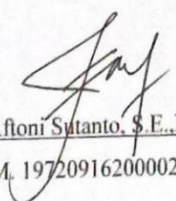
**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**PENGARUH MEDIA PERIKLAMAN INSTAGRAM, BRAND IMAGE DAN**  
**DAYA TARIK TERHADAP MINAT KUNJUNG DI EVENT SURONATAN**  
**STREET MARKET DI KABUPATEN TEMANGGUNG**  
(Studi Kasus Pada Pengunjung Event Suronatan Street Market Di Temanggung)



Diajukan Oleh:  
ROZAQ AJI LUHUR  
NIM: 2000011206

Telah disetujui oleh:

Pembimbing

  
Dr. Aftoni Sutanto, S.E., M.Si  
NIPM. 197209162000021110856433

Tanggal 10-12 ..... 2024



## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH MEDIA PERIKLAMAN INSTAGRAM, BRAND IMAGE DAN DAYA TARIK TERHADAP MINAT KUNJUNG DI EVENT SURONATAN STREET MARKET DI KABUPATEN TEMANGGUNG”** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

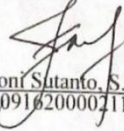
Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut di atas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, Desember  
2024  
Yang menyatakan



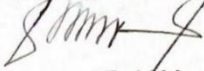
Rozaq Aji Luhur  
NIM:2000011206

Saksi 1, Ketua Tim Penguji



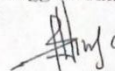
Dr. Aftoni Sutanto, S.E., M.Si  
NIP. 197209162000021110856433

Saksi 2, Anggota Tim Penguji



Deny Ismanto, S.E., M.M  
NIPM. 198105182004081111138127

Saksi 3, Anggota Tim Penguji



Tina Sulistiyani, SE., M.M  
NIPM. 197509242001020110861603

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rozaq Aji Luhur  
NIM : 2000011206  
E-mail : rozaq2000011206@webmail.uad.ac.id  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Judul Tugas Akhir : "PENGARUH MEDIA PERIKLAMAN INSTAGRAM,  
BRAND IMAGE DAN DAYA TARIK TERHADAP MINAT KUNJUNG DI  
EVENT SURONATAN STREET MARKET DI KABUPATEN  
TEMANGGUNG" (Studi Pengunjung Event Suronatan Street Market Di  
Kabupaten Temanggung )

Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut.

Saya (~~mengizinkan / tidak mengizinkan~~) \* karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Respository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, .....2024

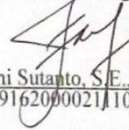
Yang menyatakan



Rozaq Aji Luhur

NIM: 2000011206

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing



Dr. Aftoni Sutanto, S.E., M.Si  
NIP. 197209162000021110856433

## **MOTTO**

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan nikmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan berjudul “PENGARUH MEDIA PERIKLANAN INSTAGRAM, BRAND IMAGE DAN DAYA TARIK TERHADAP MINAT KUNJUNG DI EVENT SURONATAN STREET MARKET” (Studi Pengunjung Event Suronatan Street Market Di Kabupaten Temanggung) sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Penulis menyadari skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, nasihat, dan doa dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. KAMU GA MINTA MAKASIH SAMA TUHAN DULU ZAQ?
2. Bapak Prof.Dr. Muchlas, M.T selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberi kesempatan menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E.,M.Si.,CIQnR selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta yang telah memberikan dukungan dan fasilitas kepada penulis selama menempuh Pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
4. Ibu Tina Sulistyani, S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan dukungan dalam melakukan penelitian ini.
5. Bapak Dr. Aftoni Sutanto, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan,

kritik, dan saran kepada penulis dengan penuh kesabaran selama proses penelitian dan penyusunan skripsi.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Kedua orang tua saya Bapak Hernawan Fajar Resmoko dan Ibu Tati Rustantinah yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta nasihat yang tiada henti kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan umur panjang dan kesehatan untuk menyaksikan kesuksesan penulis.
8. Kepada Gabriela Ivanna selaku rekan penulis yang selalu menemani dan memberikan support kepada penulis untuk menyelesaikan tugasnya.
9. Sahabat-sahabat penulis ( Andra Galih, Dimas Maulana , Deswita Rindiani, Prasasti Sabrina) Terimakasih telah memberikan semangat yang luar biasa dan mendengarkan waktunya untuk mendengarkan keluh kesah penulis.
10. Seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dan seluruh pihak yang turut membantu hingga terselesaikan skripsi ini. Semoga segala bentuk dukungan, doa, dan bantuan menjadi amal baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.



Saya selaku penulis menyadari dalam menyelesaikan skripsi ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu kritik dan saran yang mmebangun dari semua pihak sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. Aamiin.

Yogyakarta, Desember 2024



Rozaq Aji Luhur

NIM.2000011206

## DAFTAR ISI

DAFTAR	ISI
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Batasan Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Kajian Teori.....	11
1. Digital Marketing.....	11
2. Periklanan.....	11
3. Media Sosial.....	13
4. <i>Instagram</i> .....	14
5. <i>Brand Image</i> .....	15
6. Daya Tarik.....	16
7. Minat Kunjung.....	18
8. <i>Event</i> .....	19
9. <i>Suronatan Street Market</i> .....	20
B. Review Jurnal.....	21
C. Pengembangan Hipotesis.....	24
1. Hipotesis.....	24
2. Model Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Populasi Dan Sampel.....	27

1.	Populasi.....	27
2.	Sampel.....	27
B.	Teknik Sampling.....	28
C.	Teknik Pengumpulan Data.....	28
D.	Definisi Operasional.....	30
E.	Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV ANALISIS DATA.....		35
A.	Analisis Deskriptif Responden.....	35
B.	Estimasi Model Pengukuran ( <i>Outher Model</i> ).....	37
C.	Estimasi Model Struktural (Inner Model).....	40
D.	Pembahasan.....	44
BAB V PENUTUP.....		47
A.	Kesimpulan.....	47
B.	Keterbatasan Penelitian.....	48
C.	Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....		50
LAMPIRAN.....		56
	Lampiran 1.....	57
	Lampiran 2.....	60
	Lampiran 3.....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Sosial Media.....	2
Gambar 1. 2 Data Investasi Pengguna Media Sosial Tahun 2021.....	3
Gambar 1. 3 Dokumentasi Suasana Event Suronatan Street Market.....	7
Gambar 4. 1 Diagram karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	35
Gambar 4. 2 Diagram karakteristik responden berdasarkan usia.....	36
Gambar 4. 3 Diagram karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	36
Gambar 4. 4 karakteristik responden berdasarkan domisili.....	36
Gambar 4. 5 karakteristik responden yang pernah mengunjungi event SSM.....	37
Gambar 4. 6 Gambar hasil proses bootstrapping pada model struktural.....	41

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Laporan Keuangan Event SSM 1-6.....	8
Tabel 2. 1 Review Jurnal Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Review Jurnal.....	30
Tabel 4. 1 Nilai Convergent Validity.....	38
Tabel 4. 2 Nilai Discriminant Validity(Cross Loading).....	39
Tabel 4. 3 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	40
Tabel 4. 4 Nilai R-square.....	42
Tabel 4. 5 Path Coefficient.....	43



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media periklanan *instagram*, *brand image* dan daya tarik terhadap minat kunjung di event suronatan *street market*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung di event suronatan *street market*. Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Pengumpulan data data yang dilakukan menggunakan kuisisioner dan tehnik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM-PLS meliputi pengukuran *outher model*, *inner model* dan uji hipotesis melalui metode *boothstrapping* dengan bantuan *software smartPLS 4.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa periklanan Instagram, *brand image* dan daya tarik mempunyai pengaruh terhadap minat kunjung di *event suronatan street market*.

