

**PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN TREN
PANGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA FAVOR PATISSERIE
SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Bisnis Jasa
Makanan Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta



Disusun Oleh :

Okvania Putri Nabila

2000070022

**PROGRAM STUDI DIPLOMA EMPAT BISNIS JASA MAKANAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN
PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN TREN PANGAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA FAVOR PATISSRIE



Pembimbing

Dr. Retty Ikawati, S.T.P., M.Sc
NIPM : 19800329 201709 011 1030231

LEMBAR PENGESAHAN
PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN TREN PANGAN
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA FAVOR PATISSRIE

Diajukan Oleh :

Okvania Putri Nabila

2000070022

Skripsi ini telah Dipertahankan di depan Dewan Penguji
Program Studi Bisnis Jasa Makanan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Ahmad Dahlan

Tanggal, 23 Agustus 2024

Yang terdiri dari

Ketua



Nurul Putrie Utami, SGz., MPH

NIPM : 19901208 201709 011

Penguji I



Marsudi Endang Sri Rejeki, S.E., M.M

NIPM : 19690811 201902 011 1458985

Penguji II



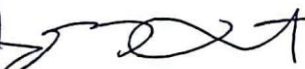
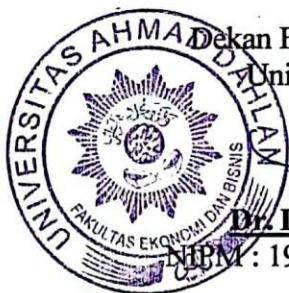
Dr. Retty Ikawati, STP., M.Sc

NIPM : 19800329 201709 011 1030231

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis

Universitas Ahmad Dahlan



Dr. Dini Yuniarti, S.E, M.Si.

NIPM : 19700620 199601 011 0784345

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **Pemasaran Melalui Media Sosial dan Tren Pangan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Favor Patisserie** 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 disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut diatas 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.

Saksi 1, Ketua Tim Penguji



Nurul Putrie Utami, SGz., MPH
NIPM : 19901208 201709 011

Yogyakarta, 16 Agustus 2024
Yang menyatakan



Okvania Putri Nabila
NIM : 2000070022

Saksi 2, Anggota Tim Penguji



Marsudi Endang Sri Rejeki, S.E., M.M
NIPM : 19690811 201902 011 1458985

Saksi 3, Anggota Tim Penguji



Dr. Retty Ikawati, STP., M.Sc
NIPM : 19800329 201709 011 1030231

PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Okvania Putri Nabila
NIM : 2000070022
Email : okvania2000070022@webmail.uad.ac.id
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Bisnis Jasa Makanan
Judul Tugas Akhir : Pemasaran Melalui Media Sosial dan Tren Pangan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Favor Patisserie

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah mendapatkan gelar keserjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian dan implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024

Penulis



Okvania Putri Nabila

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Okvania Putri Nabila

Email : 2000070022

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Bisnis Jasa Makanan

Judul Tugas Akhir : Pemasaran Melalui Media Sosial dan Tren Pangan
Terhadap Minat Beli Ulang Pada Favor Patisserie

Dengan ini menyerahkan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak):



Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam Repository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 27 Agustus 2024



Okvania Putri Nabila
NIM : 2000070022

Mengetahui,

Pembimbing



Dr. Retty Ikawati, S.T.P., M.Sc
NIPM : 19800329 201709 011 1030231

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirahim, Kepada Allah SWT. Yang maha baik, terima kasih atas segala rahmat dan karunia yang Engkau berikan, terima kasih selalu memberikan kekuatan kepada hamba-MU ini yang banyak mengeluhnya dihadapan-MU, rasa syukur yang tiada hentinya untuk perjalanan yang sudah terlewati hingga saat ini. Kupersembahkan skripsi ini untuk:

1. Kedua orang tuaku tersayang, Ayah dan Ibu, Terima kasih untuk perhatian penuh, do'a yang tiada henti, semangat dan dukungan begitu besar yang selalu diberikan. Tidak ada apapun yang dapat mendeskripsikan betapa berharganya kalian di hidup ku.
2. Kedua saudaraku, dang Oddy dan adek Kevin terima kasih telah menguatkan, menyakinkan serta membantu dengan segala usaha terbaiknya.
3. Keluargaku, kakek, nenek, paman Edi, tante Mey, bunga Cenny, sepupu ku adek Bintang, dan adek Moreno. Terima kasih untuk rasa cinta, kasih sayang, doa dan perhatian serta dukungannya.
4. Sahabatku, uwah Monic, mba Anti, Bintang, Alhaj, Wulan, serta teman-teman semua yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang senantiasa memberikan arahan, dukungan, serta motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi.
5. Teman kuliahku, Dhila, Feny, Intan yang telah menemani selama hampir empat tahun dan senantiasa memberikan motivasi untuk menjadi lebih baik.
6. Teman KKN ku, Wilya, Elfonda, Amel, Halmi, Sartika, Taufiq, dll yang selalu bersedia untuk bertukar pikiran dan memberi motivasi tiada henti.
7. Untuk diri saya Okvania Putri Nabila, terima kasih telah kuat sampai detik ini, yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar, yang tidak menyerah sesulit apapun rintangan kuliah ataupun proses penyusunan skripsi, yang mampu berdiri tegak ketika dihantam permasalahan yang ada. Terima kasih diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup tetap semangat kamu pasti bisa.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah, 94: 5-6)

“ Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceritakan.”

(Boy Candra)

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah-Nya, serta karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL DAN TREN PANGAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA FAVOR PATISSERIE”** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Terapan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Bisnis Jasa Makanan di Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwasanya dalam penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Ahmad Dahlan, Bapak Prof. Dr. Muchlas, M.T. beserta staff yang telah menyediakan sarana dan prasarana belajar kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas Ahmad Dahlan.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan, yang telah memimpin dan mendukung kegiatan akademik selama penulis menjalani proses studi.
3. Ibu Yunda Maymanah Rahmadewi, S.T.P., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Diploma Empat Bisnis Jasa Makanan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Retty Ikawati, S.T.P., M.Sc., selaku dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan nasehat serta bimbingan dan arahnya selama proses studi dan dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
5. Kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung dan terlibat dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Dengan kerendahan hati penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Peneliti berharap karya ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Okvania Putri Nabila', with a stylized, cursive script.

Okvania Putri Nabila

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Keaslian Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Telaah Pustaka.....	12
2.1.1. Pemasaran	12
2.1.2. Pemasaran Media Sosial	16
2.1.3. Tren Pangan	19
2.1.4. Minat Beli Ulang.....	20
2.2. Kerangka Teori.....	24
2.3. Kerangka Konsep	24
2.4. Hipotesis.....	24

BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Rancangan Penelitian	27
3.1.1. Jenis Penelitian.....	27
3.1.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.1.3. Populasi dan Sampel Penelitian	28
3.2. Pengumpulan Data	30
3.3. Definisi Operasional.....	31
3.4. Alur Penelitian.....	33
3.5. Pengolahan Data.....	33
3.5.1. Penyajian Data	33
3.5.2. Analisis Deskriptif	34
3.5.3. Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.2. Karakteristik Responden	40
4.3. Hasil Analisis Deskriptif	44
4.4. Hasil Penelitian	44
4.4.1. Hasil Uji Instrumen Penelitian	44
4.4.2. Hasil Analisis Pengolahan Data	48
4.5. Pembahasan.....	51
BAB V PENUTUP.....	57
5.1. Kesimpulan	57
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	58
5.3. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keaslian Penelitian	7
Tabel 3. 1 Skala Likert	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	41
Tabel 4. 2 Analisis Deskriptif.....	44
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4. 4 Hasil Output KMO	45
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel	47
Tabel 4. 6 Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	49
Tabel 4. 8 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teori	24
Gambar 2. 2 Kerangka Konsep	24
Gambar 3. 1 Alur Penelitian.....	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Riset Penelitian	64
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 3. Menyebarkan Kuesioner Secara Langsung	69
Lampiran 4. Tabulasi Data	70
Lampiran 5. Transkrip In-Depth Interview	77
Lampiran 6. Hasil Output Statistik Deskriptif	80
Lampiran 7. Hasil Output KMO dan Uji Validitas	81
Lampiran 8. Hasil Output Uji Reliabilitas	84
Lampiran 9. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	85
Lampiran 10. Hasil Uji t (Uji Parsial).....	86
Lampiran 11. Hasil Uji f (Uji Simultan)	87
Lampiran 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	88

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran media sosial terhadap minat beli ulang, pengaruh tren pangan terhadap minat beli ulang, dan pengaruh pemasaran media sosial dan tren pangan terhadap minat beli ulang secara simultan atau bersamaan pada Favor Patisserie. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Favor Patisserie dengan sampel adalah sebagian pelanggan Favor Patisserie. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 150 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dan dikembangkan dengan *in-depth interview*. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R^2). Penelitian ini diolah menggunakan SPSS versi 25.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Pemasaran Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Tren Pangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang, Pemasaran Media Sosial dan Tren Pangan secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli Ulang. Hal ini mengindikasikan bahwa pemasaran media sosial dan tren pangan juga berdampak positif terhadap peningkatan penjualan dan terciptanya citra merek yang dikenal banyak orang.

Kata Kunci: *pemasaran media sosial, tren pangan, minat beli ulang*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of social media marketing on repurchase intention, the effect of food trends on repurchase interest, and the effect of social media marketing and food trends on repurchase interest simultaneously or simultaneously at Favor Patisserie. The population in this study were all Favor Patisserie consumers with a sample of Favor Patisserie customers. The sampling technique in this study used non-probability sampling, namely accidental sampling. The sample in this study amounted to 150 respondents. The data used in this study are primary data. Data collection techniques by distributing questionnaires and developed with in-depth interviews. The analysis used is descriptive analysis, multiple linear regression analysis, t test, f test, and coefficient of determination (R^2). This research was processed using SPSS version 25.

The results in this study indicate that Social Media Marketing has a positive and significant effect on Repurchase Interest, Food Trends have a positive and significant effect on Repurchase Interest, Social Media Marketing and Food Trends simultaneously have a significant and positive effect on Repurchase Interest. This indicates that social media marketing and food trends also have a positive impact on increasing sales and creating a brand image that is recognized by many people.

Keywords: *social media marketing, food trends, repurchase interest*