

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A. R. H. (2018) *Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Rumah Sakit Ibu dan Anak Ananda Makassar*. (Skripsi, Universitas Hasanuddin).
- Anita, S.Y., Amiruddin, E.E., Wahyuni, R., Wiratmo, L.B., Mustafa, F., Khairo, F., Rahmani, S., Puspasari, D., Suyatno, A., Fadillah, M.I., Adam, K.A., Nurhayati, N., Puspitasari, M., Abdillah, F. (2023). *Perilaku Konsumen*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Arissaputra, R., Darsana, I. M., Pandowo, A., Pratiwi, N., Taliupan, R., Hapsari, T. P., Rahman, V., Yuswono, I., Rahmani, S., Akbar, A.Y., Surya, A.P., Syahputra, Mustafa, F., Abdillah, F., Salijah, E. (2023). *Dasar-Dasar Marketing*. Bali: CV. Intelektual Manifes Media.
- Armstrong, G., Kotler, P., & Oprensik, M. O. (2022). *Marketing: An Introduction (15th global edition)*. United Kingdom: Pearson Education.
- Dencheva, V. (2023). *Leading Social Media Platforms Used by Marketers Worldwide as of January 2023*. Diakses pada 25 Juli 2023, dari <https://www.statista.com/>
- Dixon, S.J. (2023). *Distribution of Instagram Users Worldwide as of January 2023 by Age and Gender*. Diakses pada 25 Juli 2023, dari <https://www.statista.com/>
- Dixon, S.J. (2023). *Distribution of Facebook Users Worldwide as of January 2023 by Age and Gender*. Diakses pada 25 Juli 2023, dari <https://www.statista.com/>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish Publisher

- Elvira, Nurita. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram terhadap Keputusan Pembelian Kuliner UMKM*. (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Fahdia, S. A. (2023). *Pengaruh Green Marketing dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk The Body Shop di Kota Makassar*. (Skripsi, Universitas Hasanuddin).
- Fathussyaadah, E., Ratnasari, Y. (2019). *Pengaruh Stress Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di Koperasi Karya Usaha Mandiri Syariah Cabang Sukabumi*. Ekomaks: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi, 5(2), 16-35.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. United States: McGraww-Hill Companies.
- Hardani., Auliya, N. H., Adriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Ismail, M., Haeruddin, M.I.W., Mustafa, F., Khatmi, M.N., (2023). *The Effect of the Four Marketing Mix Factors on Customer Loyalty (Case Study: Consumers of Boots Cafe Makassar*. Asian Journal of Economics, Business and Accounting, 23(6), 1-11.
- Izzah, I. N. (2022). *The Effect of Social Media Marketing and Brand Image on Customer Purchasing Decision in SS Dessert Makassar*. (Skripsi, Universitas Hasanuddin).
- Juliana. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Kopi Senja Medan*. (Skripsi, Universitas Medan Area).

Khaerunisaa, N. (2021). *The Influence of Social Media Marketing (Instagram) on The Patient's Decision to Use Services Products of BKIA Pratama Clinic During Covid-19 Pandemic*. (Skripsi, Universitas Hasanuddin).

Kundu, S. (2021) *Digital Marketing Trends and Prospects*. New Delhi: BPB Publications.

Kurniawan, A. (2023). *Digital Marketing*. Bogor: Guepedia.

Lelebua, J. S. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pemohon Di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Makassar*. (Skripsi: Universitas Hasanuddin).

Londong, F. D. R. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang pada Gerai Starbucks di Kota Makassar*. (Skripsi, Universitas Hasanuddin)

Lotte, L.N.A., Irawan, P., Setiawan, Z., Wulandari D.S., Daga, R., Elida, S.S., ... Santosa, A.D. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.

Mustafa, M., Sudiro, A., Sumiati, Sunaryo, (2022). *Customer Satisfaction as Mediation Between Service Quality and Customer Citizenship Behavior for 4-Star Hotel Customers in Makassar, Indonesia*. *Webology* 19(2), 3748-3775

Musu' I. P. (2023). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Spiritual dan Kekuatan Budaya Terhadap Kinerja Karyawan Rumah Sakit Stella Maris Makassar*. (Skripsi, Universitas Hasanuddin).

Nursiti, Giovanna, A. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo*. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(1), 40-50.

Pratama, I.P.A.E. (2020). *Social Media and Social Networks: Memahami dan Menguasai Penerapan Social Media dan Social Network dalam Berbagai Aspek: Bisnis Teknologi, Etika dan Privasi*. Bandung: Informatika.

Prtamaa, T. (2020). *Analisis Kualitas Website SMK Yadika Jambi dengan Metode Webqual*. (Skripsi, Universitas Dinamika Bangsa).

Purwanza, S. W., Wardhana, A., Mufidah, A., Renggo, Y. R., Hudang, A. K., Setiawan, J., ... Rasinus. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Putri, A.E. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada E-commerce Pertanian Sayurbox (Studi Kasus Pada PT. Kreasi Nostra Mandiri di Jakarta)*. (Skripsi, Universitas Hasanuddin).

Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behavior in Era Milenial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia

Saleh, I., Mustafa, F., Febriyantoro, M. T., Sitinjak, I. Y., & Suroso, A. (2023). *The Analysis of Use of Paytren Payment System in Increasing Consumer Behavioral Intention*, JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 9(1), 119–124. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i1.926>

Sentiyannah, D.E. (2020). *Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Growth Opportunity, dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Sub-sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019)*. (Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia)

Solehati, A., Mustafa, F., Hendrayani, E., Setyawati, K., Kusnadi, IH., Suyoto YT., (2022). *Analisis Pengaruh Store Atmosphere dan Service Quality Terhadap Brand Preference (Studi Kasus Pelanggan Gerai Ritel Kopi di DKI Jakarta)*, Jurnal Kewarganegaraan, 6(2), 5146-5147, <https://doi.org/10.31316/jk.v6i2.2607>

Sriyanti, A. H. Dewi, Payangan., Otto R., Mustafa, Fahrina., (2023). *The Influence Of Store Atmosphere, Service Quality, And Product Variance On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction At Marinor Cafe In Makassar City*, Economic and Business Journal (ECBIS), 1 (5), 763-772

Syarifuddin., Saudi, I. A. (2022). *Metode Riset Praktis Regresi Berganda dengan SPSS*. Palangkaraya: Bobby Digital Center.

Wati, A.P., Martha, J.A., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing*. Malang: Edulitera

Zusrorny, E. (2021). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

<https://about.instagram.com/features> diakses pada 26 Agustus 2023.

<https://business.instagram.com/> diakses pada 26 Agustus 2023.

<https://kbbi.web.id/perilaku> diakses pada 27 Agustus 2023.

<https://kbbi.web.id/konsumen> diakses pada 27 Agustus 2023.

<https://napoleoncat.com/> diakses pada 31Oktober 2023.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata

BIODATA

Identitas Diri

Nama : Jenny Putri Yunlin Teno

Tempat, Tanggal Lahir : Jambi, 13 Juli 2002

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat Rumah : Jl. Perintis Kemerdekaan No 14

Telepon Rumah dan HP : 081252043888

Alamat E-mail : jennychennn13@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

1. SD Kristen Bina Kasih Jambi (2008-2014)
2. SMP Kristen Bina Kasih Jambi (2014-2017)
3. SMA Katolik Santo Andreas Palu (2017-2018)
4. SMA Negeri Model Terpadu Madani Palu (2018-2020)

Pendidikan Nonformal

1. Tahun 2020
 - a. Pelatihan *Basic Learning Skills, Character, & Creativity* (BALANCE)
Universitas Hasanuddin
2. Tahun 2021
 - a. Latihan Dasar Kepemimpinan (LDK) Persekutuan Mahasiswa Kristen
Oikumene Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Pengalaman**Organisasi**

1. Anggota Divisi Pembinaan dan Keilmuwan Persekutuan Mahasiswa Kristen Oikumene Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin periode 2021-2022

Kepanitiaan Organisasi

1. Ketua Panitia Masa Perkenalan (MAPER) Persekutuan Mahasiswa Kristen Oikumene Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin 2022
2. *Event Management Team* Unhas Career Expo 2023

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Makassar, 8 Januari 2024



Jenny Putri Yunlin Teno

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

1. Content creation

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut anda, konten yang dibuat oleh Le Doux Menarik					
2	Menurut anda, konten yang dibuat oleh Le Doux menggambarkan identitas usaha mereka yaitu <i>cake and dessert</i>					
3	Menurut anda, konten yang dibuat oleh Le Doux memuat informasi mengenai produk mereka					
4	Menurut anda, konten yang dibuat oleh Le Doux terpercaya dan dapat dijamin kredibilitasnya					

2. Content sharing

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut anda, konten Le Doux yang dibagikan di Instagram dapat memperluas konsumen secara online					
2	Menurut anda, konten Le Doux berupa review konsumen menarik perhatian anda					
3	Ketika membeli produk Le Doux, anda tertarik untuk membagikan konten kepada pengikut anda di Instagram					

4	Menurut anda, konten Le Doux yang dibagikan di Instagram dapat menghasilkan penjualan langsung maupun tidak langsung					
---	--	--	--	--	--	--

3. Keputusan pembelian

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Anda membeli produk Le Doux setelah melihat konten yang dibagikan di Instagram Le Doux					
2	Anda membeli produk Le Doux dikarenakan anda menyukai brand tersebut dibandingkan brand lain dengan produk sejenis					
3	Anda membeli produk Le Doux dikarenakan produk tersebut memenuhi kebutuhan, keinginan, dan ekspektasi anda mengenai <i>cake and dessert</i> yang ada di Kota Makassar					
4	Anda merasa puas setelah melakukan pembelian di Le Doux					
5	Anda membeli produk Le Doux karena mendapatkan rekomendasi dari orang lain					

Lampiran 3 Tabulasi Data

Content Creation

No Responden	Content Creation (X1)				Total Skor
	X1 ₁	X1 ₂		X1 ₃	
		(1)	(2)		
1	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20
3	4	5	5	5	19
4	4	4	4	5	17
5	5	5	5	5	20
6	4	4	4	4	16
7	5	5	4	4	18
8	5	5	4	4	18
9	4	5	5	4	18
10	4	5	5	5	19
11	4	5	4	4	17
12	5	5	5	5	20
13	4	5	5	4	18
14	4	5	5	5	19
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	5	5	5	5	20
18	4	5	5	4	18
19	4	5	4	4	17
20	4	4	4	4	16
21	5	5	5	5	20
22	5	5	4	4	18
23	5	5	5	5	20
24	4	5	5	4	18
25	5	4	5	4	18
26	4	5	4	4	17
27	5	5	5	4	19
28	4	4	4	4	16
29	4	4	5	4	17
30	4	4	4	3	15
31	4	4	4	4	16
32	5	5	5	4	19
33	4	4	5	5	18
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	3	4	4	4	15
38	3	4	4	3	14
39	3	4	4	3	14
40	3	3	4	2	12
41	3	4	4	4	15
42	4	5	5	4	18

43	4	5	4	4	17
44	4	4	4	4	16
45	5	5	4	5	19
46	4	4	4	4	16
47	4	4	5	4	17
48	4	5	4	4	17
49	4	5	4	4	17
50	4	4	4	3	15
51	4	4	4	4	16
52	4	3	3	4	14
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16
55	4	5	5	5	19
56	5	5	5	4	19
57	4	4	4	4	16
58	5	5	5	5	20
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	3	15
61	3	4	4	4	15
62	3	5	4	4	16
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	16
65	4	4	4	4	16
66	4	4	4	4	16
67	2	3	4	4	13
68	4	4	5	4	17
69	4	4	4	4	16
70	4	5	4	4	17
71	4	4	4	4	16
72	5	5	5	5	20
73	4	4	4	4	16
74	5	4	5	5	19
75	4	4	4	4	16
76	4	4	4	4	16

Content Sharing

No Responden	Content Sharing (X2)				Total Skor
	X2 ₁	X2 ₂		X2 ₃	
		(1)	(2)		
1	5	5	5	4	19
2	5	5	5	5	20
3	4	5	4	5	18
4	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
6	4	4	4	4	16
7	5	5	4	4	18
8	5	4	4	5	18

9	4	4	4	4	16
10	4	5	4	4	17
11	5	5	4	4	18
12	5	5	5	5	20
13	4	5	5	5	19
14	4	5	4	5	18
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	4	16
18	5	4	4	5	18
19	5	4	4	4	17
20	5	5	4	5	19
21	5	5	5	5	20
22	5	4	4	4	17
23	5	4	4	4	17
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	4	5	4	4	17
27	4	4	3	4	15
28	4	4	4	4	16
29	5	4	4	4	17
30	4	3	3	3	13
31	4	4	4	4	16
32	5	4	4	4	17
33	5	4	5	4	18
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	3	15
38	3	2	2	3	10
39	3	3	2	4	12
40	4	2	2	3	11
41	4	3	3	4	14
42	3	4	3	3	13
43	4	4	4	4	16
44	4	4	3	3	14
45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	4	16
47	5	4	4	4	17
48	5	4	3	4	16
49	5	4	4	5	18
50	4	4	3	4	15
51	4	5	4	4	17
52	4	3	2	4	13
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16
56	5	4	4	4	17

57	4	4	4	4	16
58	5	5	5	5	20
59	4	5	3	4	16
60	4	4	4	3	15
61	5	4	4	4	17
62	5	4	4	4	17
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	16
65	5	5	4	5	19
66	4	4	4	4	16
67	4	2	3	4	13
68	5	4	3	4	16
69	4	4	4	4	16
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	5	5	5	19
73	4	4	4	4	16
74	5	5	5	5	20
75	4	4	4	4	16
76	4	4	4	4	16

Keputusan Pembelian

No Responden	Keputusan Pembelian (Y)					Total Skor
	Y1	Y2	Y3		Y4	
			(1)	(2)		
1	5	5	5	5	4	24
2	3	3	5	5	5	21
3	4	3	3	4	3	17
4	4	3	4	4	4	19
5	5	5	5	4	4	23
6	4	3	4	4	4	19
7	5	4	5	5	4	23
8	4	3	4	4	4	19
9	4	4	4	4	5	21
10	5	5	5	5	5	25
11	4	4	4	5	5	22
12	5	5	5	5	5	25
13	5	4	5	5	5	24
14	5	5	5	5	4	24
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	5	4	4	5	5	23
18	4	4	3	5	4	20
19	4	5	4	4	3	20
20	4	5	4	4	4	21
21	5	5	5	5	5	25

22	4	4	5	5	5	23
23	4	4	5	5	5	23
24	5	5	4	5	5	24
25	4	5	4	5	5	23
26	5	5	4	5	5	24
27	5	5	4	4	5	23
28	5	5	5	4	5	24
29	4	4	4	5	4	21
30	4	3	3	4	4	18
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	5	4	4	21
33	4	4	5	4	5	22
34	5	5	5	5	5	25
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	4	2	3	3	4	16
38	3	2	2	3	4	14
39	3	1	1	2	4	11
40	1	1	1	1	5	9
41	3	2	2	2	3	12
42	4	3	4	4	4	19
43	4	3	4	4	4	19
44	3	3	4	3	4	17
45	4	4	5	5	4	22
46	4	4	4	4	4	20
47	4	2	4	4	4	18
48	2	3	3	4	4	16
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	3	4	3	18
51	3	4	4	4	4	19
52	3	3	3	4	2	15
53	4	4	4	4	4	20
54	4	3	3	4	3	17
55	3	4	4	4	4	19
56	3	4	4	4	4	19
57	4	4	4	4	4	20
58	5	4	5	5	5	24
59	5	4	5	4	5	23
60	4	3	3	3	4	17
61	4	1	4	3	5	17
62	4	1	4	4	5	18
63	4	4	4	4	4	20
64	4	3	4	4	4	19
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	3	3	4	4	4	18
68	4	4	3	4	4	19
69	4	4	4	4	4	20

70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	3	4	19
72	5	5	5	5	5	25
73	4	3	4	4	4	19
74	5	5	5	5	5	25
75	3	4	4	4	4	19
76	4	4	4	4	4	20

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Content Creation

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	12.9474	1.944	.650	.777
X1.2	12.6711	2.064	.658	.771
X1.3	12.7237	2.229	.640	.782
X1.4	12.9342	2.036	.646	.777

Content Sharing

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	16.1316	6.756	.509	.909
X2.2	16.3158	5.339	.853	.800
X2.3	16.5395	5.185	.879	.787
X2.4	12.3947	2.722	.958	.797

Keputusan Pembelian

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	16.1842	7.459	.736	.820
Y2	16.4737	6.333	.703	.835
Y3	16.2105	6.675	.808	.798
Y4	16.0921	7.205	.792	.806
Y5	15.9868	9.133	.412	.888

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Content Creation

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	4

Content Sharing

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	4

Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	5

Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.814	2.294		-1.663	.101
	Content Creation	.812	.195	.454	4.161	<.001
	Content Sharing	.615	.176	.382	3.498	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.609	.598	2.114

a. Predictors: (Constant), Content Sharing, Content Creation

Lampiran 8 Surat Keterangan Dari Tempat Penelitian

LE DOUX

Kompleks Graha Satelit, Kabupaten Gowa

Email: ledoux,mks@gmail.com



Perihal: Surat Keterangan Melakukan Penelitian

Kepada,

Yth Bidang Akademik dan Kemahasiswaan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Hasanuddin

Di –

Tempat

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Jenny Putri Yunlin Teno
NIM/Jurusan : A021201043/Manajemen
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)
Perguruan Tinggi : Universitas Hasanuddin

Telah melaksanakan Penelitian di Le Doux Makassar tanggal 23 September 2023 s/d 18 Desember 2023 dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul:

“PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LE DOUX DI KOTA MAKASSAR”

Demikian Surat Keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 18 Desember 2023

Hormat Kami,

Felicia Febriana

Owner