

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TWITTER  
@INDOMYFESS TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN BTS MEAL DI KALANGAN  
KOMUNITAS ARMY**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Elvira Maulyadina Kharisma**

**201810415196**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2022**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL TWITTER  
@INDOMYFESS TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN BTS MEAL DI KALANGAN  
KOMUNITAS ARMY**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Elvira Maulyadina Kharisma**

**201810415196**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Twitter @Indomyfess Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal Di Kalangan Komunitas Army

Nama Mahasiswa : Elvira Maulyadina Kharisma

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415196

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 30 September 2022



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Twitter @Indomyfess Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal Di Kalangan Komunitas Army

Nama Mahasiswa : Elvira Maulyadina Kharisma

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415196

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 30 September 2022

Jakarta, 21 Oktober 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Ari Sulisyanto, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0303077002

Penguji I : Sigit Surahman, S.Sn., M.Si

NIDN 0416118205

Penguji II : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN 0310068902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos, M.Si

NIP. 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widedo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi

“Pengaruh Media Sosial Twitter @Indomyfess Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal Di Kalangan Komunitas Army”

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara.

Jakarta, 21 Oktober 2022



**Elvira Maulvadina Kharisma**

NPM.201810415196

## ABSTRAK

**Elvira Maulyadina Kharisma. 201810415196.** Pengaruh Media Sosial Twitter @indomyfess Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal Di Kalangan Komunitas Army.

Penggemar grup idola BTS (ARMY) dikejutkan dengan McDonald's yang melakukan inovasi menu dengan berkerja sama dengan boyband asal Korea Selatan tersebut dengan meluncurkan produk paket "BTS Meal". Dengan adanya kehadiran BTS Meal ini cukup menghebohkan di Indonesia serta berujung pada penutupan beberapa gerai McDonald's.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh media sosial Twitter @indomyfess terhadap keputusan pembelian BTS Meal di kalangan komunitas army. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif paradigma positivistik. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner kepada *followers* akun *autobase* komunitas Army. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan rumus *slovin* sebesar 10%. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Peneliti menggunakan skala ordinal sebagai alat ukur jenjang pendapat responden. Penelitian menggunakan 22 butir pernyataan pada Variabel X (Media Sosial) terdapat 11 butir pernyataan yang valid, sedangkan pada Variabel Y (Keputusan Pembelian) terdapat 11 butir pernyataan yang valid.

Peneliti menggunakan metode enter dalam uji analisis regresi sederhana (R) yaitu sebesar 0,688. Dari output statistik tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,474, maka dari itu pengaruh Variabel Media Sosial (X) terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah 47,7%. Nilai F hitung 88.221 dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,5$ , maka model regresi yang dapat dipakai ialah memprediksi variabel terikat (Y). Pada kolom B konstan (a) adalah 10,682, sedangkan nilai koefisien regresi (b) 0,663. Dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini semua hipotesis diterima semua variabel yang digunakan berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci : Media Sosial, Komunitas Army, Keputusan Pembelian, BTS Meal.

## **ABSTRACT**

*Elvira Maulyadina Kharisma. 201810415196. The Influence of Twitter Social Media @indomyfess On BTS Meal's Purchasing Decision Among The Army Community.*

*Fans of the idol group BTS (ARMY) were surprised by McDonald's who innovated the menu by collaborating with the South Korean boy band by launching the "BTS Meal" package product. With the presence of the BTS Meal, it was quite horrendous in Indonesia and led to the closure of several McDonald's outlets.*

*This study aims to find out how influential Twitter social media @indomyfess on the purchase decision of BTS Meal among the army. In this study, researchers used quantitative methods of positivistic paradigms. The data collection technique in this study used the distribution of questionnaires to followers of the Army community autobase account. This study used a sample of 100 respondents with a slovin formula of 10%. Researchers used sampling techniques with purposive sampling. Researchers used an ordinal scale as a measure of respondents' opinions. The study used 22 points of statements in Variable X (Social Media) there were 11 valid statements, while in Variable Y (Purchase Decision) there were 11 valid statements.*

*Researchers used the enter method in a simple regression analysis (R) test of 0.688. From the statistical output, a coefficient of determination (R Square) was obtained of 0.474, therefore the influence of the Social Media Variable (X) on the Turning Decision Variable (Y) was 47.7%. The value of F is calculated at 88,221 with a siginification level of  $0.000 < 0.5$ , so the regfresion model that can be used is to predict the bound variable (Y). In column B the constant (a) is 10.682, while the value of the regression coefficient (b) is 0.663. It can be concluded that in this study all hypotheses were accepted all the variables used had a significant effect.*

*Keywords : Social Media, Army Community, Purchasing Decision, BTS Meal.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT karena ridanya saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Mama yang telah memberikan support dan doa yang tiada henti kepada saya sehingga skripsi ini dapat terlaksana dengan baik. Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah “Pengaruh Media Sosial Twitter Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal Di Kalangan Komunitas Army”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi, di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Kampus II Bekasi. Tidak dapat disangkal bahwa butuh usaha yang keras, dan banyak bantuan, baik motivasi, bimbingan dan perhatian dalam penyelesaian pengerjaan skripsi ini. Namun, karya ini tidak akan selesai tanpa orang-orang tercinta di sekeliling saya yang mendukung dan membantu. Terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Sigit Surahman S.Sn., M.Si selaku Dosen Pembimbing Satu yang telah membimbing, memberikan arahan serta dukungan penulis dalam menyusun proposal skripsi.
5. Bapak Syahrul Hidayanto S. Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Dua yang telah membimbing, memberikan arahan serta dukungan penulis dalam menyusun proposal skripsi.
6. Reskha Perdana Putri dan Karenia Febriola Cantika yang telah memberikan dukungan kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan, Fatia Rahma, Ridzki Tri Handayani, Marisa Witanti, Safira Salsabil, Salwa Salsabila, Hasti Sekartiara, Mareta Aulia, Della Alretha, Fajria Ashri Grahita, yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis.

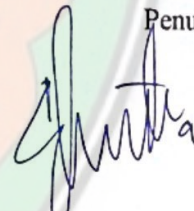


8. Via Oktaviani, Alda Dwi Septianti, dan Safhira Nur Hikmah yang slalu memberikan dukungan doa dan pengorbanannya baik segi moril kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Talitha Sadina, Yuni Fitrantinah, N Azizah Delia, dan Salsabila Febriani yang slalu memberikan dukungan penulis.
10. Nabila PT, Putri Aisyah F, Yoan Evelyn, Tsaniah A, dan Naser Bahmid yang slalu memberikan motivasi dan semangat.
11. Rekan dan tema-teman lain, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, baik dari segi penulisan maupun penyusunan materinya. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran, kritik serta masukan yang membangun untuk penulis agar skripsi ini dapat menjadi rujukan atau sumber refrensi yang bermanfaat bagi orang lain.

Jakarta, 21 Oktober 2022

Penulis,



**Elvira Maulvadina K**

201810415196

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Kerangka Konsep .....	12
2.2.1 Media Sosial.....	12
2.2.2 Twitter .....	15
2.2.3 Keputusan Pembelian .....	18

2.3	Kerangka Teori.....	19
2.3.1	Teori S-R.....	19
2.4	Kerangka Pemikiran .....	21
2.5	Hipotesis Penelitian .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>23</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	23
3.2	Metode Penelitian .....	23
3.3	Variabel Penelitian .....	24
3.3.1	Operasional Variabel X .....	25
3.3.2	Operasional Variabel Y .....	26
3.4	Populasi dan Sampel.....	27
3.4.1	Populasi.....	27
3.4.2	Sampel .....	28
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6.	Skala Pengukuran .....	30
3.7	Teknik Analisis Data .....	30
3.7.1	Uji Validitas .....	32
3.7.2	Uji Realibilitas.....	32
3.8	Analisis Data .....	33
3.8.1	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	33
3.9	Uji Hipotesis.....	34
3.10	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>35</b>
4.1	Subjek Penelitian .....	35
4.1.1	Gambaran BTS Meal.....	35

4.1.2 Logo BTS Meal.....	36
4.2 Hasil Uji Validitas .....	36
4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	37
4.4 Karakteristik Responden .....	39
4.5 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian .....	41
4.5.1 Variabel Independent X (Media Sosial) .....	41
4.5.2 Variabel Dependen Y (Keputusan Pembelian) .....	48
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	55
4.7 Pembahasan.....	58
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Saran .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Table 2.1	Penelitian Terdahulu.....	9
Table 3.1	Operasional Variabel X .....	25
Table 3.2	Operasional Variabel Y .....	26
Table 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial (X) .....	36
Table 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	37
Table 4.3	Reliabilitas Penelitian .....	38
Table 4.4	Hasil Reliabilitas Penelitian .....	38
Table 4.5	Hasil Uji Korelasi .....	38
Table 4.6	Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Table 4.7	Kategori Responden Berdasarkan Umur .....	39
Table 4.8	Kategori Responden Berdasarkan Domisili.....	40
Table 4.9	Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	40
Table 4.10	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 1 .....	41
Table 4.11	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 2 .....	42
Table 4.12	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 3 .....	42
Table 4.13	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 4 .....	43
Table 4.14	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 5 .....	44
Table 4.15	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 6 .....	44
Table 4.16	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 7 .....	45
Table 4.17	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 8 .....	46
Table 4.18	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 9 .....	46
Table 4.19	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 10.....	47
Table 4.20	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 11.....	47
Table 4.21	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 1 .....	48
Table 4.22	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 2 .....	49
Table 4.23	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 3 .....	49
Table 4.24	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 4 .....	50
Table 4.25	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 5 .....	51
Table 4.26	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 6 .....	51
Table 4.27	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 7 .....	52

Table 4.28	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 8 .....	52
Table 4.29	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 9 .....	53
Table 4.30	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 10.....	54
Table 4.31	Jawaban Responden Mengenai Butir Pernyataan 11.....	54
Table 4.32	<i>Variabels Entered</i> .....	55
Table 4.33	<i>Model Summary</i> .....	56
Table 4.34	<i>ANOVA</i> .....	56
Table 4.35	Koefisien Analisis Regersi Sederhana.....	57



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tweet Pengumuman MCDXBTS .....	2
Gambar 1.2	Hasil Riset Cuitan Tweet K-Pop Terpopuler .....	3
Gambar 1.3	Ramainya Antrian Ojol Membeli BTS Meal .....	5
Gambar 1.4	Akun Twitter @indomyfess .....	5
Gambar 1.5	Tweet Menfess @indomyfess .....	6
Gambar 1.6	Tweet Menfess @indomyfess .....	7
Gambar 4.1	Paket Menu BTS Meal.....	35
Gambar 4.2	Logo Paket Menu BTS Meal.....	36
Gambar 4.3	Tweet Menfess dan Reply Tweet Pembelian BTS Meal .....	61



## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Kerangka Pemikiran .....	21
-----------	--------------------------	----





## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : Biodata Mahasiswa

LAMPIRAN 2 : Angket Penelitian

LAMPIRAN 3 : Tabulasi

LAMPIRAN 4 : Konversi MSI

LAMPIRAN 5 : Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing

LAMPIRAN 6 : Form Perbaikan

