

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA TOKO
CLARISSA KEDIRI**

SKRIPSI

Disusun Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH WASIL
KEDIRI**

Oleh :

EKA PUTRI YULIANTI

22403043

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI**

2026

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA TOKO
CLARISSA KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Dalam menyelesaikan program Sarjana

Oleh:

EKA PUTRI YULIANTI

22403043

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA TOKO
CLARISSA KEDIRI**

Ditulis Oleh

EKA PUTRI YULIANTI

22403043

Disetujui Oleh

Pembimbing I



Dr. Andriani, S.E., M.M.
NIP. 19730113 200312 2 001

Pembimbing II



Sri Hariyanti, S.HI., M.M.
NIP. 19851003 201903 2 006

NOTA DINAS

Kediri, 23 Juni 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel No. 7, Kelurahan Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi dibawah ini:

Nama : EKA PUTRI YULIANTI

NIM : 22403043

Judul : PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA TOKO CLARISSA KEDIRI

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Andriani, S.E., M.M.
NIP. 19730113 200312 2 001

Pembimbing II



Sri Hariyanti, S.HI., M.M.
NIP.19851003 201903 2 006

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 23 Juni 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel No. 7, Kelurahan Ngronggo, Kota Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi dibawah ini:

Nama : EKA PUTRI YULIANTI

NIM : 22403043

Judul : PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA TOKO CLARISSA KEDIRI

Setelah diperbaiki materi dan susunannya,sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah pada tanggal 23 Juni 2026, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Ibu kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Andriani S.E., M.M.
NIP. 19730113 200312 2 001

Pembimbing II



Sri Hariyanti, S.HI., M.M.
NIP.19851003 201903 2 006

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* PADA TOKO
CLARISSA KEDIRI**

**EKA PUTRI YULIANTI
22403043**

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri pada tanggal 23 Juni 2026

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M.
NIP. 19771225 200901 2 006

(.....)



2. Penguji I

Dr. Andriani, S.E., M.M.
NIP. 19730113 200312 2 001

(.....)



3. Penguji II

Sri Hariyanti, S.HI., M.M.
NIP. 19851003 201903 2 006

(.....)



Kediri, 25 Juni 2026



Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Dr. H. Imam Annas Muslihah, M.HI
NIP. 197501011 99803 1 002

MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.”

(Q.S. Al-Ahzab: 70)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al Baqarah: 286)

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Putri Yulianti

NIM : 22403043

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada Toko Clarissa Kediri

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwasannya skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya dan bukan merupakan plagiasi sebagian ataupun seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi dari perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 27 April 2026

Yang Membuat Pernyataan



Eka Putri Yulianti
22403043

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan kemudahan yang senantiasa dilimpahkan, penulis akhirnya dapat menyelesaikan karya sederhana ini. Karya ini penulis persembahkan sebagai bentuk ungkapan rasa terima kasih dan penghargaan yang mendalam kepada mereka yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini.

1. Kupersembahkan karya kecil ini untuk kedua orang tuaku, Bapak dan Ibu tercinta. Terima kasih atas setiap pengorbanan yang tak terhitung atas cinta yang tak pernah berkurang, serta atas doa yang selalu mengiringi setiap langkahku, dan menjadi tempatku pulang dikala aku merasa lelah. Sebagai anak tunggal, aku menyadari bahwa seluruh harapan dan kasih sayang kalian hanya tertumpah padaku. Karya ini menjadi wujud kecil dari bakti dan rasa terima kasihku, meskipun tak sebanding dengan segala yang telah Bapak dan Ibu berikan. Kalian adalah alasan kenapa aku bisa sejauh ini dan semoga ini menjadi langkah awal untuk membahagiakan kalian sekarang sampai selamanya.
2. Untuk dosen pembimbing yang luar biasa, Ibu Dr. Andriani, S.E., M.M. dan Ibu Sri Hariyanti, S.HI., M.M. Terima kasih atas bimbingan, arahan, ilmu, serta kesabaran yang telah Ibu berikan selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap nasihat dan koreksi menjadi pelajaran berharga yang membantu saya tumbuh dan memahami banyak hal. Tanpa dukungan dan ketulusan Ibu, perjalanan saya tidak akan sampai pada titik ini. Semoga segala kebaikan dan ilmu yang telah diberikan menjadi amal jariyah dan mendapat balasan terbaik

dari Allah SWT.

3. Untuk keluarga tersayang, terutama nenek dan saudara-saudaraku. Terima kasih atas doa, dukungan, dan perhatian yang selalu menguatkan dalam setiap langkahku. Kehadiran kalian menjadi sumber semangat dan penguat di saat lelah. Semoga kebersamaan, kasih sayang, dan setiap doa yang dipanjatkan selalu membawa keberkahan dan kebahagiaan.
4. Untuk seseorang yang berarti, Yanuar Septian. Terima kasih telah hadir, menemani, membantu, dan menjadi partner dalam setiap perjalananku ini. Kehadiranmu memberikan ruang tersendiri bagi setiap prosesku. Setiap waktu yang kamu sempatkan untukku terutama selama proses penyusunan skripsi ini, semoga segala kebaikanmu kembali dengan cara terbaik dan setiap langkah ke depan selalu dimudahkan.
5. Untuk teman seperjuanganku dari awal kuliah, Nafa Indana Zulfa dan Wardatun Nadzifah. Terima kasih atas setiap tawa, cerita, dan perjuangan yang kita lalui bersama. Kalian tidak hanya teman, tapi seperti keluarga sendiri karena selalu ada saat suka dan duka selama empat tahun ini. Kalian menjadi saksi untuk setiap proses yang kulalui hingga akhirnya aku bisa berada ditahap ini. Semoga segala usaha dan impian kita selalu dimudahkan.
6. Untuk diriku sendiri, terima kasih sudah bertahan, berjuang, dan tidak menyerahkan hingga sejauh ini. Melewati berbagai macam hal yang tak terduga, meski penuh dengan air mata dan rasa lelah. Namun, aku bangga pada diriku sendiri sudah berhasil melewati semua itu. Semoga kedepannya, aku tetap kuat dan menjadi versi yang lebih baik lagi.

ABSTRAK

EKA PUTRI YULIANTI, Dosen Pembimbing Dr. Andriani, S.E., M, Sri Hariyanti, M.M, Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Toko Clarissa Kediri, Skripsi, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri, 2026.

Kata kunci: Promosi Media Sosial Instagram, Keputusan Pembelian, Produk Fashion

Promosi yaitu kegiatan pemasaran untuk menyampaikan informasi, mempengaruhi, dan mengingatkan konsumen agar tertarik membeli suatu produk. Promosi melalui media sosial Instagram menjadi salah satu strategi yang banyak digunakan oleh pelaku usaha untuk menarik minat konsumen, khususnya dalam bidang *fashion*. Melalui konten visual yang menarik, informasi produk yang jelas, serta interaksi dengan konsumen, Instagram dinilai mampu memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian produk *fashion* pada Toko Clarissa Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas. Populasi penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melihat atau terpengaruh Instagram Clarissa Store Kediri. Sampel penelitian ini sejumlah 349 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner berupa skala Likert. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji korelasi pearson, uji regresi linier sederhana, dan uji hipotesis dengan bantuan SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi media sosial Instagram dan keputusan pembelian produk *fashion* pada Toko Clarissa Kediri termasuk dalam kategori baik. Selain itu, promosi media sosial Instagram mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,355, artinya kontribusi variabel promosi media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian sebesar 35,5% dan sisanya 64,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian, seperti produk, harga, citrak merek, faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, kekuatan, dan kesehatan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah menyampaikan ajaran Islam sebagai pedoman hidup di dunia dan bekal keselamatan di akhirat. Dengan penuh rasa syukur, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Pada Toko Clarissa Kediri”.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian penelitian ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, bimbingan, dan doa dari banyak pihak. Oleh sebab itu, dengan penuh rasa hormat dan penghargaan, penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag., selaku rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.HI., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Nilna Fauza, M.HI selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
4. Ibu Dr. Andriani, S.E., M.M. dan Ibu Sri Hariyanti, S. HI., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan

kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh staff Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
6. Kedua orang tua dan seluruh keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi tanpa henti.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun telah memberikan bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan oleh berbagai pihak mendapat balasan berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan kemungkinan masih terdapat kekeliruan, baik dari segi penulisan maupun tata bahasa. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan skripsi ini.

Kediri, 27 April 2026

Eka Putri Yulianti
22403043

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	20
C. Tujuan Penelitian	20
D. Manfaat Penelitian	20
E. Penelitian Terdahulu	22
BAB II LANDASAN TEORI.....	28
A. Promosi	28
B. Media Sosial Instagram.....	32
C. Keputusan Pembelian.....	38
D. Hubungan Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian	47
E. Kerangka Berfikir	47
F. Hipotesis.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49

A. Rancangan Penelitian.....	49
B. Lokasi Penelitian.....	49
C. Variabel Penelitian.....	50
D. Definisi Operasional	50
E. Populasi dan Sampel	52
F. Sumber Data	53
G. Teknik Pengumpulan Data	53
H. Instrumen Penelitian	54
I. Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN	63
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	63
B. Deskripsi Responden Penelitian.....	65
C. Analisis Data	66
BAB V PEMBAHASAN	81
A. Promosi Media Sosial Instagram Di Toko Clarissa Kediri.....	81
B. Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Di Toko Clarissa Kediri.....	85
C. Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Fashion</i> Di Toko Clarissa Kediri	89
BAB VI PENUTUP	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN	100
RIWAYAT HIDUP.....	140

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Toko Fashion Yang Mempunyai Akun Instagram Di Wilayah Kecamatan Kota, Kota Kediri	10
Tabel 1.2 Data Perbandingan Toko Fashion Di Kecamatan Kota, Kota Kediri ...	11
Tabel 1.3 Data Penjualan Tahunan Toko Clarissa Kediri Periode 2022-2022	14
Tabel 1.4 Alasan Responden Membeli Di Toko Clarissa Kediri Dengan Pertimbangan Bauran Pemasaran 7P.....	15
Tabel 1.5 Media Sosial yang Sering Digunakan Responden	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Promosi Media Sosial Instagram (X) ...	51
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	52
Tabel 3.3 Skala Likert.....	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Media Sosial Instagram (X)	67
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi Media Sosial Instagram (X) ..	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	68
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif	69
Tabel 4.8 Kategorisasi Variabel Promosi Media Sosial Instagram (X).....	70
Tabel 4.9 Hasil Uji Deskriptif Kategorisasi Variabel	71
Tabel 4.10 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Deskriptif Kategorisasi Variabel.....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Korelasi.....	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	78
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Presentase Minat Belanja Konsumen Dikalangan Anak Muda Di Indonesia Tahun 2024.....	2
Gambar 1.2 Media Sosial Terbanyak Digunakan Di Indonesia Tahun 2024.....	3
Gambar 1.3 Tampilan akun Instagram @clarissakediri	17
Gambar 1.4 Tampilan Reels Instagram @clarissakediri	18
Gambar 4.1 Uji Normalitas dengan P-Plot.....	73
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Perhitungan Jumlah Sampel dengan Metode Issac dan Michael dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%,5%, dan 10%	101
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitisan	102
Lampiran 3 Tabulasi Data	106
Lampiran 4 Output Hasil SPSS 25	123
Lampiran 5 Pembahasan	128
Lampiran 6 Surat Izin Observasi	132
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian	133
Lampiran 8 Surat Balasan Izin Penelitian	134
Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian.....	136
Lampiran 10 Daftar Konsultasi Skripsi Pembimbing 1	138
Lampiran 11 Daftar Konsultasi Skripsi Pembimbing 2	139