

**PENGARUH KONTEN KREATIF DAN KUALITAS  
INFORMASI PADA PLATFORM TIKTOK DAN INSTAGRAM  
TERHADAP MINAT BELI SAYURAN DI KABUPATEN  
SLEMAN**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH**

**ROMAULI NATASYA S**  
**2022/23930/EP**

**FAKULTAS PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN STIPER  
YOGYAKARTA  
2026**

**PENGARUH KONTEN KREATIF DAN KUALITAS  
INFORMASI PADA PLATFORM TIKTOK DAN INSTAGRAM  
TERHADAP MINAT BELI SAYURAN DI KABUPATEN  
SLEMAN**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH**

**ROMAULI NATASYA S**  
**2022/23930/EP**

**JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
INSTITUT PERTANIAN STIPER  
YOGYAKARTA  
2026**

# HALAMAN PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PENGARUH KONTEN KREATIF PADA PLATFORM TIKTOK DAN INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI SAYURAN DI KABUPATEN SLEMAN

DISUSUN OLEH  
ROMAULI NATASYA S  
2022/23930/EP

Telah dipertanggungjawabkan di depan Dosen Penguji Program Studi Agribisnis,  
Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Stiper Yogyakarta.

Pada Tanggal 16 Maret 2026

Dosen Pembimbing : Dr.Ir. Danang Manumono, M.S.

Dosen Penguji : Amallia Ferhat, SP., M.Sc

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian



(Ir. Samsuri Tarmadja, MP.)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyusun penulisan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Konten Kreatif Pada Platform Tiktok Dan Instagram Terhadap Minat Beli Sayuran Di Kabupaten Sleman**".

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis di INSTIPER Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya yang selalu melimpah dan lindungan-Nya tiada henti dalam dalam perjalanan hidup penulis.
2. Kepada kedua orang tua saya Bapak Even Mulatua Sidabutar dan Ibu Lastaida Br Malau yang selalu mendukung penulis sampai di titik ini serta adik adik yang selalu mendoakan penulis.
3. Bapak Rektor INSTIPER Yogyakarta.
4. Dosen Pembimbing Satu Bapak Dr. Ir. Danang Manumono, M.S. , yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan koreksi selama proses penyusunan proposal ini.
5. Dosen Pembimbing Dua Ibu Amallia Ferhat, SP., M.Sc. , yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan koreksi selama proses penyusunan proposal ini sampai selesai.
6. Kepada Mr. IRD yang telah menemani dan membantu saya selama masa perkuliahan hingga akhir penulisan skripsi.
7. Kepada teman marmaid yang telah bersama-sama dalam suka dan duka dalam masa perkuliahan serta teman teman seprodi agribisnis.
8. Dan terakhir apresiasi yang terbaik kepada diri sendiri yang telah berjuang dalam menempuh pendidikan perkuliahan hingga mendapatkan gelar sarjana. Terimakasih karena sudah berusaha dan bertahan menyelesaikan apa yang sudah di mulai hingga sampai di titik akhir yang bahagia ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan.

Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Akhir kata, penulis berharap agar proposal ini dapat memberikan wawasan baru dan bermanfaat bagi pembaca, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 14 Maret 2026

Romauli Natasya S

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>ix</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</b> .....	<b>4</b>
A. Tinjauan Pustaka .....	5
B. Penelitian Terdahulu.....	10
C. Landasan Teori .....	13
D. Kerangka Berpikir .....	18
E. Hipotesis Penelitian .....	18
<b>III. METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>19</b>
A. Metode Dasar Penelitian.....	19
B. Metode Penelitian Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian .....	19
C. Metode Penentuan Populasi dan Sampel .....	19
D. Metode Pengambilan dan Pengumpulan Data.....	21
E. Jenis dan Sumber Data.....	21
F. Konseptualisasi dan Pengukuran Variabel.....	22
G. Analisis Data dan Pembentukan Model .....	25
<b>IV. KEADAAN UMUM LOKASI/DAERAH PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
A. Letak Geografis Dan Luas Wilayah .....	28
B. Kondisi Demografi .....	29
C. Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat.....	29
D. Kondisi Penggunaan Media Sosial.....	30
<b>V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>32</b>
A. Profil Responden .....	32
B. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	34
C. Hasil Pengujian dan Analisis Data .....	36

<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>42</b>
A. Kesimpulan.....	42
B. Saran .....	42
DAFTAR PUSTAKA .....	43
LAMPIRAN.....	44
KUISIONER PENELITIAN.....	45

## DAFTAR TABEL

Tabel 5.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	32
Tabel 5.2. Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia.....	33
Tabel 5.3. Distribusi Responden Berdasarkan Platform Media Sosial .....	34
Tabel 5.4. Statistik Deskriptif Kreativitas Konten, Kualitas Informasi Konten, dan Minat Beli Sayuran .....	35
Tabel 5.5. Hasil Analisis Linear Berganda Pengaruh Konten Kreatif Terhadap Minat Beli Sayuran. ....	36

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 4.1. Peta Lokasi Wilayah Kabupaten Sleman .....	28

## INTISARI

Perkembangan media sosial telah mendorong perubahan strategi pemasaran, Perkembangan media sosial telah mendorong perubahan dalam strategi pemasaran, termasuk dalam promosi produk pangan seperti sayuran. Platform seperti TikTok dan Instagram memungkinkan penyebaran informasi produk melalui berbagai bentuk konten yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kreativitas konten dan kualitas informasi pada platform TikTok dan Instagram terhadap minat beli sayuran di Kabupaten Sleman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan pengguna aktif media sosial TikTok dan Instagram. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan program statistik untuk mengetahui pengaruh variabel kreativitas konten, kualitas informasi, dan perbedaan platform media sosial terhadap minat beli sayuran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas konten berpengaruh signifikan terhadap minat beli sayuran. Hal ini menunjukkan bahwa penyajian konten yang menarik, unik, dan kreatif mampu meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk sayuran yang dipromosikan melalui media sosial. Sementara itu, kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli sayuran. Variabel dummy platform yang membedakan penggunaan TikTok dan Instagram juga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Secara simultan, kreativitas konten, kualitas informasi, dan platform media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat beli sayuran. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran melalui media sosial perlu menekankan pada penyajian konten yang kreatif untuk meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk sayuran.

**Kata kunci:** kreativitas\_konten, kualitas\_informasi, media\_sosial, minat\_beli, sayuran