

**PENGARUH PROMOSI MENGGUNAKAN AKUN INSTAGRAM  
SOBATBANTAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK KULINER DI KOTA  
BANJARMASIN**

**SKRIPSI**

**OLEH  
H E L D A**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
BANJARMASIN  
2023 M / 1444 H**

**PENGARUH PROMOSI MENGGUNAKAN AKUN INSTAGRAM  
SOBATBANTAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK KULINER DI KOTA  
BANJARMASIN**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**HE L D A**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
BANJARMASIN  
2023 M / 1444 H**

**PENGARUH PROMOSI MENGGUNAKAN AKUN INSTAGRAM  
SOBATBANTAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK KULINER DI KOTA  
BANJARMASIN**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana  
dalam Ilmu Ekonomi**

**Oleh :**

**H E L D A**

**170101050699**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
BANJARMASIN  
2023 M / 1444 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Helda  
NIM : 170101050699  
Tempat/tgl.Lahir : Banjarmasin, 4 Desember 1998  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya tersendiri, bukan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat orang lain secara keseluruhan atau Sebagian besar, maka skripsi/makalah dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, 15 Juni 2023

Yang membuat pernyataan,

Tanda tangan

  
Helda

  
METERAI  
TEMPEL  
2F8C7AKX427537659

## PERSETUJUAN

**Skripsi yang berjudul** : Pengaruh Promosi Menggunakan Akun Instagram Sobatbantas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kota Banjarmasin

**Ditulis oleh** : Helda

**NIM** : 170101050699

**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam

**Program** : Strata Satu (S-1)

**Program Studi** : Ekonomi Syariah

**Tahun Akademik** : 2017

**Tempat dan tanggal lahir** : Banjarmasin, 4 Desember 1998

**Alamat** : Jl. Banua Anyar Rt.01 Rw. 01 No. 13 kelurahan Banua anyar Kecamatan Banjarmasin Timur Kota Banjarmasin

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, 13 Juni 2023


Dosen Pembimbing



Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri, M.A  
NIP. 195512231982031001

Mengetahui  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Antasari Banjarmasin,



  
Rohana Faridah, SE., MM.  
NIP. 19780427 200901 2 010

## PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Menggunakan Akun Instagram Sobatbantas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kota Banjarmasin”, ditulis oleh Helda, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 14 Juli 2023

Dinyatakan LULUS dengan predikat: **A (3.75)**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



NIP. 19630417 199102 1 001

## TIM PENGUJI

NO.	Nama	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri., M.A ( Ketua )	1.
2.	Pati Matu Jahra, S.Ag., M.S.I ( Anggota )	2.
3.	Rohana Faridah, S.E., M.M ( Anggota )	3.
4.	Muhammad Qamaruddin, M.E ( Anggota )	4.

## ABSTRAK

**Helda.** 2023. *Pengaruh Promosi Menggunakan Akun Instagram Sobatbantas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing : Prof. Dr. H. Akh. Fauzi. Aseri, MA

**Kata Kunci :** Promosi, Instagram, Keputusan Pembelian.

Penggunaan media sosial dalam keputusan pembelian produk memberikan pengaruh besar pada konsumen. Instagram menjadi salah satu pilihan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk kuliner dikarenakan akses dan *fitur* yang mudah dipahami pengguna. Hal tersebut memberikan peluang terhadap akun Instagram Sobatbantas yang menjadi salah satu *food blogger* di Kota Banjarmasin untuk memberikan beragam informasi yang dibutuhkan pengikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa akun Instagram “Sobatbantas” berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kuliner di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data angket (kuesioner) yang disebarakan secara online. Populasi penelitian ini adalah *followers* akun Instagram Sobatbantas sebanyak 75.100 pengikut dan diambil sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dengan rumus slovin. Pengujian pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan *software* SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram Sobatbantas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kuliner di Kota Banjarmasin. Dengan nilai  $t$  hitung sebesar  $15,557 > t$  tabel  $3,745$  dengan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya akun Instagram “Sobatbantas” mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian melalui informasi yang disampaikan. Semakin aktif akun tersebut melakukan promosi maka akan semakin meningkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dalam membeli produk kuliner di Kota Banjarmasin.

## MOTTO

*Mahkota seseorang adalah akalnya  
Derajat seseorang adalah agamanya  
Sedangkan kehormatan seseorang adalah budi pekertinya*

*“Barang siapa bertawakkal kepada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya dan sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendakin-Nya)” (QS. Ath-Thalaq: 3)*

*“Khoirun naasi anfa’uhum linnasi”  
(Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lain)  
(Hadits dihasankan oleh al-Albani di dalam Shahihul Jami’ (no. 3289) (HR. Thabrani dan Daruquthni)).*

*“Apapun yang menjadi takdirmu akan mencari jalannya menemukanmu”  
(Ali bin Abi Thalib r.a)*

*“Ketika segalaanya menjadi sulit, berhentilah sejenak dan lihat ke belakang dan lihat seberapa jauh kamu telah melangkah. Jangan lupa betapa berharganya itu. Kamu adalah bunga yang paling indah, lebih dari siapapun di dunia ini. Jalani hidup yang menyenangkan dan bahagia.”  
(Kim Taehyung)*



## **PERSEMBAHAN**

Sujud syukur Alhamdulillah kupersembahkan kepada–Mu Ya Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang selalu membantu setiap langkah ku untuk dapat meraih impian dan cita-citaku.

Ku persembahkan dengan segenap cinta  
Sebuah Karya yang sederhana ini untuk:

Teristimewa, nenek penulis Hj. Atiah (Alm) dan orang tua tercinta Ardani dan Lutmah yang telah membesarkan dan senantiasa selalu memberikan inspirasi, motivasi, cinta dan kasih sayang kepada penulis serta tidak pernah henti mencurahkan doa, waktu, tenaga, materil, dan spiritual kepada penulis sehingga penulis dapat tergerak untuk melakukan yang terbaik dalam menjalani kehidupan terutama dalam menyelesaikan perkuliahan.

Serta adik-adik ku yang tersayang, Siti Amalia dan Ema Nur Kamila yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, kasih dan sayang serta menjadi penyemangat dalam perjalanan hidup penulis.

Seluruh keluarga besar H. M. Jafar dan H. Aliman Suni yang sudah mencurahkan doa serta dukungan kepada penulis selama perkuliahan.

Sahabat-sahabat ku , Martinah adik sepupu sekaligus sahabat masa kecil hingga sekarang, grup BSF Esmeralda Elfaradayanti, Frety Selvi Yona dan Bangtan Sonyeondan, Afrida dan grup 7cs Hilyatul Asphia, Anies Fitria, Meldawati, Yuliana Palangka, Rahma Lina Rizqi, Ainul Mardiah. Terimakasih telah memberikan semangat, inspirasi, motivasi, tenaga dan dukungan moril kepada penulis. Satu kata untuk kalian semua “Borahae”.

Semoga sebuah karya sederhana ini dapat menyelipkan senyum kebahagiaan untuk kalian, khususnya Mama dan Abah. Dan semoga do’a dan ridha dari Abah, Mama menjadi keberkahan dan Ridha Allah SWT.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata Arab ke dalam huruf Latin dalam skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Tanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

### I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍaḍ	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

## II. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

مكتَب	Ditulis	<i>Mutakabbir</i>
القدوس	Ditulis	<i>al-qudūs</i>

## III. Ta'marbutah di akhir kata

- a. Bila dimatikan ditulis *h*

جامعة	Ditulis	<i>jāmi'ah</i>
مكتبة	Ditulis	<i>Maktabah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan untuk kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, surat, ayat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua terpisah, maka ditulis dengan *h*

المكتبة الجميلة	Ditulis	<i>al-maktabah al-jāmilah</i>
-----------------	---------	-------------------------------

## IV. Vokal pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

شكر	Fathah	Ditulis	Syakara
قرأ	Kasrah	Ditulis	quri'a
ينطق	Dammah	Ditulis	yanṭiqu

## V. Vakal Panjang

1	fathah + alif كاملة	Ditulis ditulis	$\bar{A}$ <i>Kāmilah</i>
2	fathah + ya mati صلى	Ditulis ditulis	$\bar{a}$ <i>ṣallā</i>
3	kasrah + ya mati شديد	Ditulis ditulis	$\bar{i}$ <i>syadūd</i>
4	dammah + wawu mati صدر	Ditulis ditulis	$\bar{u}$ <i>ṣudūr</i>

## VI. Vokal Rangkap

1	fathah + ya mati رويد	Ditulis Ditulis	Ai <i>Ruwaidun</i>
2	fathah + wawu mati وفرعون ذي الأوتاد	Ditulis Ditulis	au <i>wa fir'auna zi al-autād</i>

## VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrop

أَنْتُمْ أَشَدُّ خَلْقًا	Ditulis	<i>a'antum asyaddu khalqan</i>
--------------------------	---------	--------------------------------

## VIII. Kata sandang alif-lam

- a. bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
--------	---------	------------------

الكتاب	Ditulis	<i>al-kitāb</i>
--------	---------	-----------------

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan *diidgamkan*

الصبح	Ditulis	<i>aṣ-ṣubhu</i>
الساهرة	Ditulis	<i>as-sāhirah</i>

### IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dengan menulis penulisannya

بر الوالدين	Ditulis	<i>birru al-wālidaini</i>
إذا الشمس	Ditulis	<i>īza asy-syamsu</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Alhamdulillahillobbil'alamin* Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt, yang mana dalam penyelesaian skripsi ini penulis selalu diberikan kesehatan, kekuatan dan segala limpahan petunjuk-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tersanjungkan kepada panutan baginda Nabi Muhammad Saw sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul: “Pengaruh Promosi Menggunakan Akun Instagram Sobatbantas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kota Banjarmasin” sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, dalam menyelesaikan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mujiburrahman, MA., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin
2. Bapak Dr. H. Sukarni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.
3. Ibu Rohana Faridah, SE., M.M., selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin
4. Prof. Dr. H. Akh. Fauzi. Aseri, M.A selaku Dosen Penasehat Akademik dan pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan arahan, saran, petunjuk bimbingan dan koreksi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen, karyawan/karyawati di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
6. Pemilik akun Instagram Sobatbantas, Kak Aulia yang sudah mengizinkan akunnya menjadi objek dalam penelitian ini serta bantuannya dalam proses penyelesaian skripsi ini.

7. Semua pihak yang telah membantu pelaksanaan penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, dan penulis berdoa semoga Semoga Allah Swt., membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait.

Disamping itu, disadari juga bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Semoga Allah Swt, membalas segala bentuk kebaikan pihak-pihak yang terkait. Akhir kata penulis mengharapkan ampunan dan ridha Allah Swt., semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan menambah *khazanah* pengetahuan ekonomi dan bisnis Islam, Aamiin.

Banjarmasin, 15 Juni 2023  
Penulis,



Helda

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Definisi Operasional.....	12
F. Penelitian Terdahulu .....	13
G. Kerangka Pemikiran .....	16
H. Hipotesis Pemikiran .....	16
I. Sistematika Pembahasan .....	17
<b>BAB II KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK KULINER MELALUI PROMOSI AKUN INSTAGRAM .....</b>	<b>19</b>
A. Keputusan Pembelian .....	19
1. Perilaku Konsumen .....	19
2. Perilaku Konsumen Islam.....	21
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	25
4. Pengertian dan Konsep Keputusan Pembelian .....	35
5. Keputusan Pembelian dalam Teori Islam.....	38
6. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	42
B. Pemasaran.....	50
1. Pengertian dan Konsep Pemasaran.....	50



2. Pemasaran dalam Islam .....	52
3. Pemasaran Jasa .....	60
C. Promosi.....	61
1. Pengertian Promosi.....	61
2. Promosi dalam Perspektif Islam.....	63
3. Jenis – Jenis Promosi.....	67
4. Fungsi dan Tujuan Promosi.....	68
5. Promosi Media Sosial.....	69
D. Instagram.....	78
1. Definisi Instagram .....	78
2. Fitur Instagram .....	80
3. Fungsi Instagram .....	84
4. Kelebihan dan Kekurangan Instagram .....	86
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>92</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	92
B. Lokasi Penelitian .....	93
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	93
1. Populasi .....	93
2. Sampel Penelitian .....	94
D. Subjek dan Objek Penelitian .....	95
1. Subjek.....	95
2. Objek .....	95
E. Data dan Sumber Data.....	96
1. Data.....	96
2. Sumber Data .....	96
3. Jenis Data.....	96
F. Metode Pengumpulan Data .....	97
1. Wawancara .....	97
2. Angket / Kuesioner.....	98
3. Dokumentasi.....	99
G. Variabel Penelitian .....	99
1. Variabel Independen.....	99
2. Variabel Dependen .....	99
H. Uji Instrumen Penelitian.....	100
1. Uji Validitas.....	100
2. Uji Reabilitas .....	101
I. Teknik Analisis Data.....	101
1. Uji Asumsi Klasik .....	101
2. Metode Analisis Regresi Linier.....	104
3. Pengujian Hipotesis .....	105

<b>BAB IV PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>108</b>
A. Penyajian Data.....	108
1. Profil Akun Instagram Sobatbantas.....	108
2. Deskripsi Responden .....	109
3. Deskripsi Variabel Penelitian .....	113
4. Uji Instrumen Penelitian.....	136
5. Uji Asumsi Klasik .....	140
6. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	145
7. Uji Hipotesis.....	146
B. Analisis Data .....	149
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>152</b>
A. Kesimpulan.....	152
B. Saran.....	152
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>154</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>157</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 2	Skala Penilaian.....	98
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	109
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	110
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	111
Tabel 4. 5	Karakteristik responden seberapa sering menggunakan aplikasi Instagram .....	112
Tabel 4. 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	112
Tabel 4. 7	Tanggapan responden mengenai Isi dan pesan Instagram Sobatbantas sudah lengkap .....	113
Tabel 4. 8	Tanggapan responden mengenai akun Instagram Sobatbantas menyajikan konten yang menarik pada setiap postingannya.....	114
Tabel 4. 9	Tanggapan responden mengenai Instagram Sobatbantas yang memiliki rancangan tampilan yang berfokus dalam menawarkan produk kuliner.....	115
Tabel 4. 10	Tanggapan responden mengenai pengombinasian elemen teks, gambar, video, audio, dan grafik pada konten Instagram Sobatbantas mudah dipahami dan kreatif .....	115
Tabel 4. 11	Tanggapan responden mengenai apakah melalui akun Instagram Sobatbantas membuat responden lebih mudah menanyakan lebih lanjut informasi tentang produk kuliner di Kota Banjarmasin .....	116
Tabel 4. 12	Tanggapan responden mengenai promosi melalui akun Instagram Sobatbantas akan lebih cepat sampai kepada konsumen .....	117
Tabel 4. 13	Tanggapan responden mengenai apakah komunikasi antara admin dan konsumen, atau konsumen satu dengan yang lainnya melalui kolom komentar di akun .....	118
Tabel 4. 14	Tanggapan responden mengenai Instagram Sobatbantas berhasil membangun komunikasi yang interaktif dengan anda .....	118

Tabel 4. 15	Tanggapan responden mengenai Apakah akun Instagram Sobatbantas sudah efektif dan efisien dalam menjalin hubungan kerjasama dengan produsen produk kuliner di Kota Banjarmasin	119
Tabel 4. 16	Tanggapan responden mengenai apakah akun Instagram Sobatbantas membantu para produsen produk kuliner dalam memperkenalkan produknya .....	120
Tabel 4. 17	Tanggapan responden mengenai apakah review konsumen terhadap produk kuliner yang telah diposting akun Instagram Sobatbantas dibagikan pada insta story akun Sobatbantas .....	120
Tabel 4. 18	Tanggapan responden mengenai Apakah Instagram Sobatbantas dapat memunculkan ketertarikan anda terhadap produk kuliner di Kota Banjarmasin .....	121
Tabel 4. 19	Tanggapan responden mengenai Apakah dengan mengikuti akun Instagram Sobatbantas responden selalu mendapatkan informasi produk kuliner terbaru di Kota Banjarmasin .....	122
Tabel 4. 20	Tanggapan responden mengenai Apakah akun Instagram Sobatbantas selalu menerima setiap komentar yang diberikan oleh responden .....	123
Tabel 4. 21	Tanggapan responden mengenai Apakah akun Instagram Sobatbantas selalu memberikan respon terhadap followersnya dalam setiap postingan di akun melalui kolom komentar .....	123
Tabel 4. 22	Tanggapan responden mengenai apakah melalui promosi akun Instagram Sobatbantas responden memperoleh networking yang memiliki minat yang sama .....	124
Tabel 4. 23	Tanggapan responden mengenai informasi pada akun sobatbantas memberikan saya pilihan produk kuliner yang bervariasi .....	125
Tabel 4. 24	Tanggapan responden mengenai akun Instagram Sobatbantas selalu memberikan informasi yang faktual (berdasarkan realita) .....	125
Tabel 4. 25	Tanggapan responden mengenai promosi melalui akun Instagram Sobatbantas membantu dalam menemukan produk kuliner yang dibutuhkan atau diinginkan.....	126

Tabel 4. 26	Tanggapan responden mengenai akun Instagram Sobatbantas adalah media yang efektif dalam membantu proses pencarian produk kuliner di Kota Banjarmasin .....	127
Tabel 4. 27	Tanggapan responden mengenai Instagram Sobatbantas selalu mengunggah konten yang informatif .....	127
Tabel 4. 28	Tanggapan responden tentang akun Instagram Sobatbantas selalu update dalam memberikan informasi produk kuliner di Kota Banjarmasin. ....	128
Tabel 4. 29	Tanggapan responden mengenai responden mengetahui informasi mengenai akun Instagram Sobatbantas dari keluarga, teman, tetangga yang pernah melihatnya .....	129
Tabel 4. 30	Tanggapan responden mengenai promosi pada Akun Instagram Sobatbantas membantu responden menentukan produk kuliner yang cocok dengan anda .....	129
Tabel 4. 31	Tanggapan responden mengenai responden melakukan perbandingan antara akun Instagram Sobatbantas dengan akun Instagram yang mempromosikan produk kuliner lainnya .....	130
Tabel 4. 32	Tanggapan responden penyampaian pesan pada konten promosi Instagram Sobatbantas mendorong responden untuk melakukan pembelian produk kuliner di Kota Banjarmasin .....	131
Tabel 4. 33	Tanggapan responden mengenai responden melakukan pembelian produk kuliner di Kota Banjarmasin setelah melihat promosi pada akun Instagram Sobatbantas .....	132
Tabel 4. 34	Tanggapan responden mengenai responden merasa puas melakukan pembelian produk kuliner yang telah diposting akun Instagram Sobatbantas .....	132
Tabel 4. 35	Tanggapan responden mengenai responden merekomendasikan promosi produk kuliner pada akun Instagram Sobatbantas kepada teman atau kerabatnya .....	133

Tabel 4. 36	Tanggapan responden mengenai responden menikmati promosi produk kuliner pada akun Instagram Sobatbantas untuk kemudian hari .....	134
Tabel 4. 37	Tanggapan responden mengenai setelah mengikuti akun Instagram Sobatbantas , responden mendapatkan pengalaman yang lebih baik tentang produk kuliner di Kota Banjarmasin .....	134
Tabel 4. 38	Tanggapan responden mengenai responden mempunyai pengalaman tidak bagus dengan akun kuliner selain Sobatbantas .....	135
Tabel 4. 39	Tanggapan responden mengenai responden membuat Instagram story saat mencoba produk kuliner dari promosi yang diunggah akun Instagram Sobatbantas .....	136
Tabel 4. 40	Tabel hasil uji validitas .....	138
Tabel 4. 41	Uji reliabilitas item data variabel X dan Y .....	140
Tabel 4. 42	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	141
Tabel 4. 43	Coefficientsa Hasil Uji Multikolinieritas .....	143
Tabel 4. 44	Hasil Regresi Linear Sederhana.....	145
Tabel 4. 45	Hasil pengujian R Square .....	147
Tabel 4. 46	Hasil Regresi Linear Berganda Uji T .....	148

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia .....	3
Gambar 1. 2 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia .....	4
Gambar 1. 3 Profil Akun Instagram Sobatbantas.....	7
Gambar 1. 4 Postingan yang diunggah oleh Akun Instagram Sobatbantas .....	8
Gambar 2. 1 Logo Instagram .....	79
Gambar 4. 1 Pola Scatterplot .....	144