

BAB IV

PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Profil Akun Instagram Sobatbantas

Akun Instagram Sobatbantas merupakan salah satu akun *food blogger* di kota Banjarmasin yang bersifat perorangan. Akun Instagram Sobatbantas dimiliki oleh seorang perempuan yang bernama Aulia. Sebelum menjadi seorang *food blogger*, pemilik akun ini awalnya adalah seorang karyawan yang memberanikan diri untuk resign dari pekerjaannya dan sepenuhnya menjadi *content creator*. Hal ini dikarenakan pada saat menjadi karyawan, pemilik akun merasa kesulitan dalam membagi waktu antara bekerja dan membuat konten.

Tepat satu tahun yang lalu pemilik akun ini membuat akun Instagram dengan menggunakan nama pribadi yang kemudian diganti dengan nama Sobatbantas setelah video kuliner yang dibuatnya menjadi viral. Awal mula akun ini dibuat atas dasar rasa suka terhadap produk kuliner serta kebiasaan pemilik akun membuat video pada setiap momen. Adapun tujuan dari dalam membuat akun ini adalah untuk memiliki kegiatan yang positif dan produktif serta menjadikannya sebagai hiburan semata.

Menurut Aulia, ia sangat senang menjadi seorang content creator karena dapat membantu para pelaku umkm kota Banjarmasin untuk mempromosi produk yang dihasilkannya.

2. Deskripsi Responden

Data responden dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran angket/kuesioner secara online. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan kriteria responden yang menjadi *followers* akun Instagram Sobatbantass.

Berikut adalah hasil gambaran data dan karakteristik dari 100 responden yang didapat:

a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	F	Persentase
1.	Laki – Laki	69 Orang	69 %
2.	Perempuan	31 Orang	31 %
Total		100 Orang	100 %

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh responden laki - laki berjumlah 69 orang dengan persentase sebesar 69% dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 31 orang dengan persentase sebesar 31%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas karakteristik

responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini adalah perempuan

b. Responden berdasarkan usia

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	F	Persentase
1.	< 15 Tahun	0 Orang	0%
2.	16 - 20 Tahun	15 Orang	15%
3.	21 - 25 Tahun	60 Orang	60%
4.	26 - 30 Tahun	14 Orang	14%
5.	31 - 35 Tahun	6 Orang	6%
6.	> 35 Tahun	5 Orang	5%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia diperoleh antara lain sebagai berikut: responden yang berusia <15 tahun berjumlah 0 orang dengan presentasi sebesar 0%, responden yang berusia sekitar 16 - 20 tahun berjumlah 15 orang dengan presentasi sebesar 15%, responden yang berusia sekitar 21 - 25 tahun berjumlah 60 orang dengan presentasi sebesar 60%, responden yang berusia sekitar 26 - 30 tahun berjumlah 14 orang dengan presentasi sebesar 14%, responden yang berusia sekitar 31 - 35 tahun berjumlah 6 orang dengan presentasi sebesar 6%, dan responden yang berusia > 35 tahun berjumlah 5 orang dengan presentasi sebesar 5%, Sehingga dapat disimpulkan dalam

penelitian ini karakteristik responden berdasarkan usia didominasi oleh responden yang berusia 21-25 tahun.

c. Responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	F	Persentase
1.	Pelajar / Mahasiswa(i)	43 Orang	43%
2.	Karyawan Swasta	32 Orang	32%
3.	Wiraswasta	14 Orang	14%
4.	PNS	3 Orang	3%
5.	Lainnya	8 Orang	8%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan data tabel 4.3 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan antara lain, status pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa(i) berjumlah 43 orang dengan presentasi sebesar 43%, responden yang status pekerjaan sebagai karyawan swasta berjumlah 32 orang dengan presentasi sebesar 32%, responden yang status pekerjaan sebagai wiraswasta berjumlah 14 orang dengan presentasi sebesar 14%, responden yang status pekerjaan sebagai PNS berjumlah 3 orang dengan presentasi sebesar 3%, responden yang status pekerjaan lainnya berjumlah 8 orang dengan presentasi sebesar 8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh Pelajar / Mahasiswa(i).

- d. Responden berdasarkan seberapa sering menggunakan aplikasi Instagram

Tabel 4. 4 Karakteristik responden seberapa sering menggunakan aplikasi Instagram

No.	Sering menggunakan Instagram	F	Persentase
1.	1 Kali	3 Orang	3%
2.	2 – 3 Kali	32 Orang	32%
3.	4 – 5 Kali	18 Orang	18%
4.	> 5 Kali	47 Orang	47%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan data tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden seberapa sering menggunakan Instagram. Sebagai berikut, 1 kali berjumlah 3 orang dengan presentasi sebesar 3%, 2 – 3 kali berjumlah 32 orang dengan presentasi sebesar 32%, 4 – 5 kali berjumlah 18 orang dengan presentasi sebesar 18%, dan > 5 kali berjumlah 47 orang dengan presentasi sebesar 47%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang menggunakan Instagram lebih dari 5 kali.

- e. Responden berdasarkan pendidikan terakhir

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pekerjaan	F	Persentase
1.	SD	3 Orang	3%
2.	SMP	2 Orang	2%

3.	SMA	50 Orang	50%
4.	Diploma	3 Orang	3%
5.	S1	42 Orang	42%
	S2	0 Orang	0%
	S3	0 Orang	0%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan data tabel 4.5 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir antara lain, SD berjumlah 3 orang dengan presentasi sebesar 3%, SMP berjumlah 2 orang dengan presentasi sebesar 2%, SMA berjumlah 50 orang dengan presentasi sebesar 50%, Diploma berjumlah 3 orang dengan presentasi sebesar 3%, S1 berjumlah 42 orang dengan presentasi sebesar 42%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah SMA

3. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Variabel Promosi Akun Instagram SobatBantas (X_1)

1) Context

Tabel 4. 6 Tanggapan responden mengenai Isi dan pesan Instagram Sobatbantas sudah lengkap

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	1 Orang	1%
2.	Tidak Setuju	2 Orang	2%
3.	Netral	22 Orang	22%

4.	Setuju	37 Orang	37%
5.	Sangat Setuju	38 Orang	38%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 38 orang dan presentase sebesar 38%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa menurut responden isi dan pesan Instagram Sobatbantasi dianggap sudah lengkap.

Tabel 4. 7 Tanggapan responden mengenai akun Instagram Sobatbantasi menyajikan konten yang menarik pada setiap postingannya

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	1 Orang	1%
2.	Tidak Setuju	2 Orang	2%
3.	Netral	10 Orang	10%
4.	Setuju	32 Orang	32%
5.	Sangat Setuju	55 Orang	55%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 55 orang dan presentase sebesar 55%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa responden akun Instagram

Sobatbantas menganggap setiap postingan yang disajikan sangatlah menarik.

Tabel 4. 8 Tanggapan responden mengenai Instagram Sobatbantas yang memiliki rancangan tampilan yang berfokus dalam menawarkan produk kuliner

No.	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	1 Orang	1%
2.	Tidak Setuju	2 Orang	2%
3.	Netral	16 Orang	16%
4.	Setuju	39 Orang	39%
5.	Sangat Setuju	42 Orang	42%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 42 orang dan presentase sebesar 42%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa Instagram Sobatbantas memiliki rancangan tampilan yang fokus dalam menawarkan produk kuliner.

Tabel 4. 9 Tanggapan responden mengenai pengombinasian elemen teks, gambar, video, audio, dan grafik pada konten Instagram Sobatbantas mudah dipahami dan kreatif

No.	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	3 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	2 Orang	4%

3.	Netral	15 Orang	19%
4.	Setuju	36 Orang	28%
5.	Sangat Setuju	49 Orang	49%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah sebanyak 49 orang dan presentase sebesar 49%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa responden beranggapan pengombinasian elemen teks, gambar, video, audio, dan grafik pada konten Instagram Sobatbantas mudah dipahami dan kreatif.

2) *Communication*

Tabel 4. 10 Tanggapan responden mengenai apakah melalui akun Instagram Sobatbantas membuat responden lebih mudah menanyakan lebih lanjut informasi tentang produk kuliner di Kota Banjarmasin

No.	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	3 Orang	3%
2.	Tidak Setuju	2 Orang	2%
3.	Netral	15 Orang	15%
4.	Setuju	36 Orang	36%
5.	Sangat Setuju	44 Orang	44%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 44 orang dan presentase sebesar 44%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa responden beranggapan melalui akun Instagram Sobatbantas membuat responden lebih mudah menanyakan lebih lanjut informasi mengenai produk kuliner di Kota Banjarmasin.

Tabel 4. 11 Tanggapan responden mengenai promosi melalui akun Instagram Sobatbantas akan lebih cepat sampai kepada konsumen

No.	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	4 Orang	4%
3.	Netral	18 Orang	18%
4.	Setuju	39 Orang	39%
5.	Sangat Setuju	39 Orang	39%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini terdapat dua mayoritas responden yang memilih jawaban setuju dan sangat setuju dengan masing-masing berjumlah 39 orang dan presentase sebesar 39%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa promosi melalui akun Instagram Sobatbantas akan lebih cepat sampai kepada konsumen.

Tabel 4. 12 Tanggapan responden mengenai apakah komunikasi antara admin dan konsumen, atau konsumen satu dengan yang lainnya melalui kolom komentar di akun

No.	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	1 Orang	1%
2.	Tidak Setuju	4 Orang	4%
3.	Netral	33 Orang	33%
4.	Setuju	34 Orang	34%
5.	Sangat Setuju	28 Orang	28%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban setuju dengan jumlah 34 orang dan presentase sebesar 34%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa komunikasi antara admin dan konsumen, atau konsumen satu dengan yang lainnya melalui kolom komentar di akun Instagram Sobatbantas sudah terjalin dengan baik.

Tabel 4. 13 Tanggapan responden mengenai Instagram Sobatbantas berhasil membangun komunikasi yang interaktif dengan anda

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	1 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	7 Orang	7%
3.	Netral	34 Orang	34%
4.	Setuju	31 Orang	31%

5.	Sangat Setuju	25 Orang	25%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban netral dengan jumlah 34 orang dan presentase sebesar 34%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa Instagram Sobatbantas dianggap cukup membangun komunikasi yang interaktif dengan responden.

3) *Collaboration*

Tabel 4. 14 Tanggapan responden mengenai Apakah akun Instagram Sobatbantas sudah efektif dan efisien dalam menjalin hubungan kerjasama dengan produsen produk kuliner di Kota Banjarmasin

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	3 Orang	3%
3.	Netral	26 Orang	26%
4.	Setuju	35 Orang	35%
5.	Sangat Setuju	36 Orang	36%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 36 orang dan presentase sebesar 36%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa akun

Instagram Sobatbantas sudah efektif dan efisien dalam menjalin hubungan kerjasama dengan produsen produk kuliner di Kota Banjarmasin.

Tabel 4. 15 Tanggapan responden mengenai apakah akun Instagram Sobatbantas membantu para produsen produk kuliner dalam memperkenalkan produknya

No.	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	1 Orang	1%
2.	Tidak Setuju	4 Orang	4%
3.	Netral	9 Orang	9%
4.	Setuju	33 Orang	33%
5.	Sangat Setuju	53 Orang	53%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 53 orang dan presentase sebesar 53%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa akun Instagram Sobatbantas dianggap sangat membantu para produsen produk kuliner dalam memperkenalkan produknya.

4) *Connection*

Tabel 4. 16 Tanggapan responden mengenai apakah review konsumen terhadap produk kuliner yang telah diposting akun Instagram Sobatbantas dibagikan pada insta story akun Sobatbantas

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	4 Orang	4%
3.	Netral	28 Orang	28%
4.	Setuju	34 Orang	34%
5.	Sangat Setuju	34 Orang	34%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini terdapat dua mayoritas responden yang memilih jawaban setuju dan sangat setuju dengan masing-masing berjumlah 34 orang dan presentase sebesar 34%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa review konsumen terhadap produk kuliner yang telah diposting akun Instagram Sobatbantas dibagikan pada insta story akun Sobatbantas.

Tabel 4. 17 Tanggapan responden mengenai Apakah Instagram Sobatbantas dapat memunculkan ketertarikan anda terhadap produk kuliner di Kota Banjarmasin

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	4 Orang	4%
3.	Netral	13 Orang	13%
4.	Setuju	23 Orang	23%
5.	Sangat Setuju	60 Orang	60%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 60 orang dan presentase sebesar 60%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa Instagram Sobatbantas dinyatakan dapat memunculkan ketertarikan responden terhadap produk kuliner di Kota Banjarmasin.

Tabel 4. 18 Tanggapan responden mengenai Apakah dengan mengikuti akun Instagram Sobatbantas responden selalu mendapatkan informasi produk kuliner terbaru di Kota Banjarmasin

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	3 Orang	3%
3.	Netral	16 Orang	16%
4.	Setuju	25 Orang	25%
5.	Sangat Setuju	56 Orang	56%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 56 orang dan presentase sebesar 56%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa dengan mengikuti akun Instagram Sobatbantas anda selalu responde mendapatkan informasi produk kuliner terbaru di Kota Banjarmasin.

Tabel 4. 19 Tanggapan responden mengenai Apakah akun Instagram Sobatbantas selalu menerima setiap komentar yang diberikan oleh responden

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	2 Orang	2%
2.	Tidak Setuju	1 Orang	1%
3.	Netral	30 Orang	30%
4.	Setuju	30 Orang	30%
5.	Sangat Setuju	37 Orang	37%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 37 orang dan presentase sebesar 37%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa akun Instagram Sobatbantas dianggap selalu menerima setiap komentar yang diberikan oleh responden.

Tabel 4. 20 Tanggapan responden mengenai Apakah akun Instagram Sobatbantas selalu memberikan respon terhadap *followers* nya dalam setiap postingan di akun melalui kolom komentar

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	4 Orang	4%
3.	Netral	35 Orang	35%
4.	Setuju	30 Orang	30%
5.	Sangat Setuju	31 Orang	31%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban netral dengan jumlah 35 orang dan presentase sebesar 35%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa akun Instagram Sobatbantas tidak selalu memberikan respon terhadap *followersnya* dalam setiap postingan di akun melalui kolom komentar.

Tabel 4. 21 Tanggapan responden mengenai apakah melalui promosi akun Instagram Sobatbantas responden memperoleh networking yang memiliki minat yang sama

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	1 Orang	1%
2.	Tidak Setuju	4 Orang	4%
3.	Netral	30 Orang	30%
4.	Setuju	35 Orang	35%
5.	Sangat Setuju	30 Orang	30%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.21 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban setuju dengan jumlah 35 orang dan presentase sebesar 35%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa melalui promosi akun Instagram Sobatbantas responden tidak selalu memperoleh networking yang memiliki minat yang sama.

b. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

1) Pengenalan Masalah

Tabel 4. 22 Tanggapan responden mengenai informasi pada akun sobatbantas memberikan saya pilihan produk kuliner yang bervariasi

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	2 Orang	2%
3.	Netral	7 Orang	7%
4.	Setuju	35 Orang	35%
5.	Sangat Setuju	56 Orang	56%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.22 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 56 orang dan presentase sebesar 56%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa informasi pada akun Sobatbantas memeberikan responden pilihan produk kuliner yang bervariasi.

Tabel 4. 23 Tanggapan responden mengenai akun Instagram Sobatbantas selalu memberikan informasi yang faktual (berdasarkan realita)

No.	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	5 Orang	5%
3.	Netral	17 Orang	17%

4.	Setuju	38 Orang	38%
5.	Sangat Setuju	40 Orang	40%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.23 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 40 orang dan presentase sebesar 40%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa akun Instagram Sobatbantas selalu memberikan informasi yang faktual (berdasarkan realita).

Tabel 4. 24 Tanggapan responden mengenai promosi melalui akun Instagram Sobatbantas membantu dalam menemukan produk kuliner yang dibutuhkan atau diinginkan

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	1 Orang	1%
2.	Tidak Setuju	3 Orang	3%
3.	Netral	16 Orang	16%
4.	Setuju	35 Orang	35%
5.	Sangat Setuju	45 Orang	45%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.24 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 45 orang dan presentase sebesar 45%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa promosi melalui akun

Instagram Sobatbantas sangat membantu dalam menemukan produk kuliner yang dibutuhkan atau diinginkan.

2) Mencari Informasi

Tabel 4. 25 Tanggapan responden mengenai akun Instagram Sobatbantas adalah media yang efektif dalam membantu proses pencarian produk kuliner di Kota Banjarmasin

No.	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	1 Orang	1%
2.	Tidak Setuju	3 Orang	3%
3.	Netral	16 Orang	16%
4.	Setuju	35 Orang	35%
5.	Sangat Setuju	45 Orang	45%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.25 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 45 orang dan presentase sebesar 45%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa akun Instagram Sobatbantas dinyatakan sebagai media yang efektif dalam membantu proses pencarian produk kuliner di Kota Banjarmasin.

Tabel 4. 26 Tanggapan responden mengenai Instagram Sobatbantas selalu mengunggah konten yang informatif

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%

2.	Tidak Setuju	4 Orang	4%
3.	Netral	17 Orang	17%
4.	Setuju	36 Orang	36%
5.	Sangat Setuju	43 Orang	43%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.26 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 43 orang dan presentase sebesar 43%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa Instagram Sobatbantas selalu mengunggah konten yang informatif.

Tabel 4. 27 Tanggapan responden tentang akun Instagram Sobatbantas selalu update dalam memberikan informasi produk kuliner di Kota Banjarmasin.

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	5 Orang	5%
3.	Netral	14 Orang	14%
4.	Setuju	40 Orang	40%
5.	Sangat Setuju	41 Orang	41%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.27 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 41 orang dan presentase sebesar 41%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa akun Instagram Sobatbantas

selalu update dalam memberikan informasi produk kuliner di Kota Banjarmasin.

Tabel 4. 28 Tanggapan responden mengenai responden mengetahui informasi mengenai akun Instagram Sobatbantas dari keluarga, teman, tetangga yang pernah melihatnya

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	2 Orang	2%
2.	Tidak Setuju	5 Orang	5%
3.	Netral	23 Orang	23%
4.	Setuju	34 Orang	34%
5.	Sangat Setuju	36 Orang	36%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.28 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 36 orang dan presentase sebesar 36%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa responden mengetahui informasi mengenai akun Instagram Sobatbantas dari keluarga, teman, tetangga yang pernah melihatnya.

3) Evaluasi Alternatif

Tabel 4. 29 Tanggapan responden mengenai promosi pada Akun Instagram Sobatbantas membantu responden menentukan produk kuliner yang cocok dengan anda

No.	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	1 Orang	1%

2.	Tidak Setuju	2 Orang	2%
3.	Netral	16 Orang	16%
4.	Setuju	37 Orang	37%
5.	Sangat Setuju	44 Orang	44%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.29 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 44 orang dan presentase sebesar 44%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa promosi pada Akun Instagram Sobatbantas sangat membantu responden menentukan produk kuliner yang cocok dengan anda.

Tabel 4. 30 Tanggapan responden mengenai responden melakukan perbandingan antara akun Instagram Sobatbantas dengan akun Instagram yang mempromosikan produk kuliner lainnya

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	2 Orang	2%
2.	Tidak Setuju	4 Orang	4%
3.	Netral	28 Orang	28%
4.	Setuju	30 Orang	30%
5.	Sangat Setuju	36 Orang	36%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.30 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban

sangat setuju dengan jumlah 36 orang dan presentase sebesar 36%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa kebanyakan dari responden melakukan perbandingan antara akun Instagram Sobatbantas dengan akun Instagram yang mempromosikan produk kuliner lainnya.

4) Keputusan Pembelian

Tabel 4. 31 Tanggapan responden penyampaian pesan pada konten promosi Instagram Sobatbantas mendorong responden untuk melakukan pembelian produk kuliner di Kota Banjarmasin

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	4 Orang	4%
3.	Netral	19 Orang	19%
4.	Setuju	41 Orang	41%
5.	Sangat Setuju	36 Orang	36%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.31 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban setuju dengan jumlah 41 orang dan presentase sebesar 41%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa penyampaian pesan pada konten promosi Instagram Sobatbantas tidak selalu mendorong responden untuk melakukan pembelian produk kuliner di Kota Banjarmasin.

Tabel 4. 32 Tanggapan responden mengenai responden melakukan pembelian produk kuliner di Kota Banjarmasin setelah melihat promosi pada akun Instagram Sobatbantas

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	8 Orang	8%
3.	Netral	28 Orang	28%
4.	Setuju	32 Orang	32%
5.	Sangat Setuju	32 Orang	32%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.32 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini terdapat dua mayoritas responden yang memilih jawaban setuju dan sangat setuju dengan masing-masing berjumlah 32 orang dan presentase sebesar 32%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa responden melakukan pembelian produk kuliner di Kota Banjarmasin setelah melihat promosi pada akun Instagram sobatbanta.

Tabel 4. 33 Tanggapan responden mengenai responden merasa puas melakukan pembelian produk kuliner yang telah diposting akun Instagram Sobatbantas

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	1 Orang	1%
2.	Tidak Setuju	5 Orang	5%
3.	Netral	27 Orang	27%
4.	Setuju	36 Orang	36%

5.	Sangat Setuju	31 Orang	31%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.33 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban setuju dengan jumlah 36 orang dan presentase sebesar 36%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa responden merasa puas melakukan pembelian produk kuliner yang telah diposting akun Instagram Sobatbantas.

5) Perilaku Pasca Pembelian

Tabel 4. 34 Tanggapan responden mengenai responden merekomendasikan promosi produk kuliner pada akun Instagram Sobatbantas kepada teman atau kerabatnya

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	1 Orang	1%
2.	Tidak Setuju	3 Orang	3%
3.	Netral	26 Orang	26%
4.	Setuju	36 Orang	36%
5.	Sangat Setuju	34 Orang	34%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.34 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban setuju dengan jumlah 36 orang dan presentase sebesar 36%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa responden

merekomendasikan promosi produk kuliner pada akun Instagram Sobatbantas kepada teman atau kerabatnya

Tabel 4. 35 Tanggapan responden mengenai responden menikmati promosi produk kuliner pada akun Instagram Sobatbantas untuk kemudian hari

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	5 Orang	5%
3.	Netral	15 Orang	15%
4.	Setuju	48 Orang	48%
5.	Sangat Setuju	32 Orang	32%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.35 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban setuju dengan jumlah 48 orang dan presentase sebesar 48%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa responden menikmati promosi produk kuliner pada akun Instagram Sobatbantas untuk kemudian hari.

Tabel 4. 36 Tanggapan responden mengenai setelah mengikuti akun Instagram Sobatbantas , responden mendapatkan pengalaman yang lebih baik tentang produk kuliner di Kota Banjarmasin

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
2.	Tidak Setuju	4 Orang	4%
3.	Netral	15 Orang	15%

4.	Setuju	39 Orang	39%
5.	Sangat Setuju	42 Orang	42%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.36 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban sangat setuju dengan jumlah 42 orang dan presentase sebesar 42%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa setelah mengikuti akun Instagram Sobatbantas, responden mendapatkan pengalaman yang lebih baik tentang produk kuliner di Kota Banjarmasin.

Tabel 4. 37 Tanggapan responden mengenai responden mempunyai pengalaman tidak bagus dengan akun kuliner selain Sobatbantas

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	19 Orang	19%
2.	Tidak Setuju	18 Orang	18%
3.	Netral	32 Orang	32%
4.	Setuju	12 Orang	12%
5.	Sangat Setuju	19 Orang	19%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.37 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban netral dengan jumlah 32 orang dan presentase sebesar 32%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa tidak semua responden

mempunyai pengalaman tidak bagus dengan akun kuliner selain Sobatbantas.

Tabel 4. 38 Tanggapan responden mengenai responden membuat Instagram story saat mencoba produk kuliner dari promosi yang diunggah akun Instagram Sobatbantas

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	3 Orang	3%
2.	Tidak Setuju	16 Orang	16%
3.	Netral	31 Orang	31%
4.	Setuju	20 Orang	20%
5.	Sangat Setuju	30 Orang	30%
Total		100 Orang	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.38 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini mayoritas responden memilih jawaban netral dengan jumlah 31 orang dan presentase sebesar 31%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa tidak semua responden membuat Instagram story saat mencoba produk kuliner dari promosi yang diunggah akun Instagram Sobatbantas.

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas merupakan alat untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu butir pertanyaan. Skala butir pertanyaan disebut valid, jika melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur yang

seharusnya diukur. Jika skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti, sebab tidak mengukur apa yang seharusnya dilakukan (Sunyoto, 2012, hlm. 55).

Dalam hal ini instrumen penelitian (angket/kuesioner) yang akan diuji validitasnya. Adapun dalam penelitian ini variabel Promosi Akun Instagram Sobatbantas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kota Banjarmasin yang akan menjadi objek pengukuran kevalidan.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom $(df) = n - 2 = 100 - 2 = 98$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha = 0.05$ sehingga nilai r tabel yaitu 0,196. Penelitian ini menggunakan alat uji statistic SPSS 23. Dengan kriteria pengambilan keputusan membandingkan nilai R tabel dengan nilai R hitung dan membandingkan nilai Sig.(2-tailed) dengan probabilitas 0,05 sebagai berikut :

- 1) Dinyatakan valid jika nilai r hitung $>$ r tabel dengan menggunakan level signifikansi 5%. Dan jika nilai Sig.(2-tailed) $<$ 0,05 serta *Pearson Correlation* bernilai positif, maka item soal kuesioner dikatakan tidak valid
- 2) Dinyatakan tidak valid jika nilai r hitung $<$ r tabel dengan menggunakan level signifikansi 5%. Dan jika nilai Sig.(2-tailed) $>$ 0,05 serta *Pearson Correlation* bernilai negatif

Berikut adalah hasil uji validitas item kuesioner untuk variabel Independen (promosi menggunakan akun Instagram Sobatbantas dan Dependen (keputusan pembelian) :

Tabel 4. 39 Tabel hasil uji validitas

Variabel	Kode Item	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig	Ket
Promosi Menggunakan Akun Instagram Sobatbantas (X)	X1	0,674	0,196	0,000	Valid
	X2	0,745	0,196	0,000	Valid
	X3	0,764	0,196	0,000	Valid
	X4	0,759	0,196	0,000	Valid
	X5	0,759	0,196	0,000	Valid
	X6	0,708	0,196	0,000	Valid
	X7	0,723	0,196	0,000	Valid
	X8	0,670	0,196	0,000	Valid
	X9	0,817	0,196	0,000	Valid
	X10	0,724	0,196	0,000	Valid
	X11	0,724	0,196	0,000	Valid
	X12	0,704	0,196	0,000	Valid
	X13	0,738	0,196	0,000	Valid
	X14	0,764	0,196	0,000	Valid
	X15	0,732	0,196	0,000	Valid
	X16	0,663	0,196	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,625	0,196	0,000	Valid
	Y2	0,704	0,196	0,000	Valid
	Y3	0,653	0,196	0,000	Valid
	Y4	0,719	0,196	0,000	Valid
	Y5	0,803	0,196	0,000	Valid
	Y6	0,727	0,196	0,000	Valid
	Y7	0,623	0,196	0,000	Valid
	Y8	0,723	0,196	0,000	Valid
	Y9	0,487	0,196	0,000	Valid
	Y10	0,766	0,196	0,000	Valid
	Y11	0,766	0,196	0,000	Valid
	Y12	0,829	0,196	0,000	Valid
	Y13	0,650	0,196	0,000	Valid
	Y14	0,743	0,196	0,000	Valid
	Y15	0,756	0,196	0,000	Valid
	Y16	0,263	0,196	0,000	Valid
	Y17	0,665	0,196	0,000	Valid

(Sumber: Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item indikator pernyataan untuk variabel Independen (Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbanatas (X)) dan variabel Dependen (Keputusan Pembelian (Y)) dinyatakan valid, karena nilai seluruh item memenuhi kriteria pengambilan keputusan nilai r hitung dari seluruh item lebih besar dari r tabel dan nilai Sig (2 - tailed) seluruh item kurang dari 0,05

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan berulang kali untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten dan stabil dari responden. (Ulber Silalahi, 2015, hlm. 462). Artinya Uji reliabilitas dapat juga dikatakan sebagai uji tingkat kehandalan / dapat dipercaya atau tidaknya suatu instrument penelitian sebagai alat pengumpul data penelitian yang baik. Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Croanbach alpha $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel dan jika nilai Croanbach alpha $< 0,60$ maka dinyatakan tidak reliabel.

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dari variabel Independen (promosi menggunakan akun Instagram sobatbantas (X)) dan Dependen (keputusan pembelian (Y)):

Tabel 4. 40 Uji reliabilitas item data variabel X dan Y

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reabilitas	Ket
Promosi Menggunakan Akun Instagram Sobatbantas (X_1)	0,941	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,916	0,60	Reliabel

(Sumber: Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh item indikator pernyataan untuk variabel variabel independen Promosi Menggunakan Akun Instagram Sobatbantas (X) dan variabel Dependen (Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan reliabel, karena nilai seluruh item > nilai Croanbach's Alpha 0,60 dan hasil tabel diatas memenuhi kriteria pengambilan keputusan.Uji Asumsi Klasik.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk dapat menguji apakah data variabel bebas (dependen) dan variabel terikat (independen) pada persamaan regresi yang dihasilkan telah berdistribusi secara normal atau tidak normal. Jika data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali, maka model persamaan regresi tersebut dapat dikatakan baik. (Sunnyoto, 2012, hlm.119). Uji Normalitas biasanya untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atautidak. Untuk menguji

apakah distribusi data normal atau tidak, dapat dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Apabila nilai signifikansi pada uji *Kolmogorov Smirnov* $> 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi normal dan apabila nilai signifikan pada uji *Kolmogorov Smirnov* $< 0,05$ maka dapat dikatakan data berdistribusi tidak normal. Berikut hasil uji *Kolmogorov Smirnov* masing-masing variabel menggunakan SPSS 23 :

Tabel 4. 41 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,55348691
	Most Extreme Absolute Differences	,109
Test Statistic	Positive	,107
	Negative	-,109
Asymp. Sig. (2-tailed)		,051 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan uji Kolmogorov Smirnov pada Tabel 4. 21 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test diperoleh bahwa nilai Signifikansi variabel Y (0,149) lebih besar $> \alpha$ (0,05) dan juga terlihat bahwa pola P-P plot menunjukkan titik-titik berada disekitaran garis regresi atau mengikuti garis regresi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi/hubungan yang sempurna antara variabel bebas/independen atau tidak dalam model regresi. Dalam uji ini akan diukur tingkat keeratan hubungan atau pengaruh antar variabel bebas dimana dalam penelitian ini (Promosi akun Instagram Sobatbantas sebagai X1) melalui besaran koefisien korelasi (r). (Sunyoto, 2012, hlm.131)

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas melalui besaran koefisien korelasi (r). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas maka dapat dilihat dari Varians Inflation Factor (VIF) dan Tolarace (Ghozali, 2016, hal. 103). Adapun ketentuan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam regresi adalah sebagai berikut:

- 1) *Tolerance* $< 0,10$ dan $VIF > 10$ = Terjadi Multikolinearitas
- 2) *Tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$ = Tidak terjadi Multikolinearitas

Tabel 4. 42 Coefficientsa Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	13,365	3,569				3,745
Promosi Menggunakan Akun Instagram Sobatbantas	,837	,054	,844	15,557	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

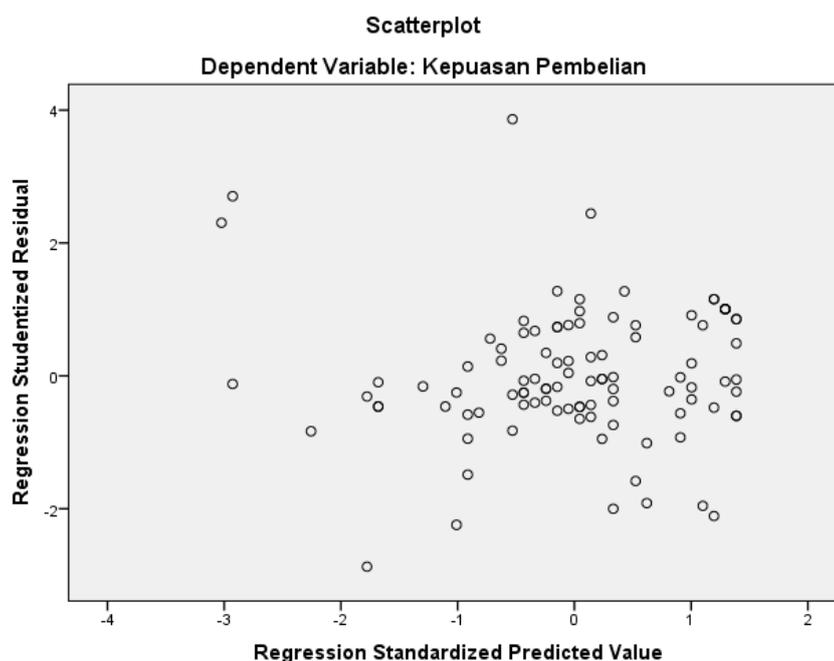
Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas di atas menggunakan SPSS 23 dapat dilihat nilai Tolerance variabel promosi menggunakan akun Instagram Sobatbantas (1,000) > 0,10 maka tidak terjadi multikolinieritas dan nilai Varians Inflation Factor (VIF) pada promosi menggunakan akun Instagram Sobatbantas (1,000) yang artinya nilai VIF dari variabel < 10. Dengan demikian model regresi yang digunakan pada penelitian ini tidak ditemukan korelasi antar sesama variabel bebas (independent variable) sehingga model terbebas dari masalah multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui sama atau tidak varians dari residual dan observasi yang satu dengan observasi yang lain. Disebut terjadi Homoskedastisitas jika residualnya mempunyai varians yang sama. Dan sebaliknya, jika variansnya tidak sama atau berbeda maka disebut terjadi Heteroskedastisitas. (Sunyoto, 2012, hlm. 135)

Untuk mendeteksi adanya gejala heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan pola gambar *scatterplot*. Adapun aturan deteksi heterokedastisitas pada pola gambar *scatterplot*, yaitu tidak ada pola yang jelas (menyebar secara acak), titik menyebar diatas dan dibawah angka 0, titik – titik yang ada tidak membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka hasil tersebut dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

Berikut adalah hasil pengujian heterokedastisitas dengan melihat polascatterplot :



Gambar 4. 1 Pola Scatterplot

Dari gambar pola scatterplot diatas dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas dikarenakan titik titik menyebar acak tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan dibawah angka 0.

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi adalah analisis yang mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini yang akan dianalisis dari variabel independen yaitu promosi menggunakan akun Instagram Sobatbantas terhadap keputusan pembelian. Adapun analisis regresi linear sederhana menggunakan rumus $Y = a + bX$. Nilai a adalah konstanta dan nilai b adalah koefisien regresi untuk variabel X. (Sunyoto, 2012, hlm. 83) Berikut adalah hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini :

Tabel 4. 43 Hasil Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,365	3,569		3,745	,000
	Promosi	,837	,054	,844	15,557	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

$$Y = \alpha + Bx + \varepsilon$$

$$Y = 13,365 + 0,837 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

X = Promosi akun Instagram Sobatbantas

ε = Variabel error (diluar penelitian)

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 13,365 menunjukkan jika variabel Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas (X) bernilai 0 (nol) maka keputusan pembelian terhadap produk kuliner 13,365.
- b. Nilai koefisien regresi Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas (X) sebesar 0,837 artinya jika variabel Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas (X) naik 1% maka Keputusan Pembelian (Y) konsumen terhadap produk makanan impor naik sebesar 0,837. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dapat dikatakan bahwa Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sebaliknya jika variabel Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas(X) berkurang 1 % maka Keputusan Pembelian (Y) konsumen terhadap produk kuliner turun sebesar 0,837.

7. Uji Hipotesis

- a. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana kontribusi variabel bebas (X) dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikatnya (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, semakin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) berarti semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel dependen (Mulyono, 2018, hlm.111-113).

Berikut adalah hasil koefisien determinasi dari pengujian menggunakan SPSS 23:

Tabel 4. 44 Hasil pengujian R Square

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,844 ^a	,712	,709	5,582

a. Predictors: (Constant), Promosi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,844. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) 0,844 atau sama dengan 84,4%. Angka tersebut mengandung makna bahwa variabel Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan persentase sebesar 84,4%. Sedangkan sisanya ($100\% - 45,1\% = 54,9\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji T atau uji parsial adalah untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel independen dalam penelitian ini yaitu Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas (X) terhadap variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y). Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji parsial (uji T) ini dengan melihat nilai signifikansi dan nilai t hitung sebagai berikut :

- 1) Dinyatakan berpengaruh signifikan jika nilai Sig < 0,05 dan jika nilai thitung > t tabel
- 2) Dinyatakan tidak berpengaruh signifikan jika nilai Sig > 0,05 dan jika nilai t hitung < t tabel

Berikut ini adalah hasil pengujian uji T :

Tabel 4. 45 Hasil Regresi Linear Berganda Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,365	3,569		3,745	,000
	Promosi	,837	,054	,844	15,557	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pembelian

Berdasarkan output tabel diatas diketahui nilai t hitung variabel Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas adalah 3,745. Diperoleh dengan perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$T \text{ Tabel} = (\alpha/2 ; n- k-1)$$

$$T \text{ Tabel} = (0,05 / 2 ; 100-1-1)$$

$$T \text{ Tabel} = (0,025 ; 98) = 1,984 \text{ (dilihat pada T tabel)}$$

Keterangan :

n = Banyaknya observasi dalam kurun waktu data.

k = Banyaknya variabel (bebas dan terikat).

a = Alpha dari 0,05

Pengujian Hipotesis Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas

H0 : Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin

H1 : Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk makanan impor di Kota Banjarmasin

Berdasarkan tabel output SPSS diatas diketahui bahwa variabel promosi menggunakan akun Instagram Sobatbantas (X), nilai t hitung sebesar $15,557 > t \text{ tabel } 3,745$ dengan nilai Sig sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa bahwa H0 diterima H1 diterima yang berarti secara parsial variabel promosi menggunakan akun Instagram Sobatbantas berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kuliner di Kota Banjarmasin.

B. Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil analisis uji T (parsial) yang diketahui variabel harga (X) memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $15,557 > 3,745$ dari t tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuliner di Kota Banjarmasin. Sehingga hipotesis yang menyebutkan bahwa “Promosi Menggunakan akun Instagram Sobatbantas terhadap Keputusan Pembelian” diterima, hal ini disebabkan oleh kemudahan dan kecepatan media sosial Instagram dalam menyampaikan informasi kepada konsumen serta promosi

yang ditawarkan akun Instagram Sobatbantas mampu membuat para *followers* nya tertarik dengan konten yang diunggah akun tersebut untuk melakukan pembelian dikemudian hari.

Menurut Kotler and Keller promosi adalah sarana dimana perusahaan berusaha untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual. Jika dihubungkan dengan akun Instagram Sobatbantas yang aktif dalam melakukan promosi produk kuliner di Kota Banjarmasin, maka hal ini bertujuan untuk mengajak pengikutnya agar terpengaruh dengan tawaran yang mereka berikan. Mereka menyampaikan informasi terbaru dan memperkenalkan produk kuliner yang nantinya menimbulkan ketertarikan pengikutnya untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan dari hasil penelitian, mayoritas responden merasa bahwa hal-hal yang berhubungan dengan promosi, yakni kejelasan, kelengkapan isi dan pesan, konten yang menarik, rancangan tampilan dan fokus konten, teks/caption yang mudah dipahami serta kreatifitas yang dimuat dalam setiap unggahan mampu menarik perhatian *followers* nya.

Pada penelitian ini responden menganggap bahwa akun Instagram Sobatbantas mampu membantu dan mempermudah pengikutnya untuk menemukan informasi yang faktual mengenai produk kuliner di Kota Banjarmasin. Selain itu responden juga menilai promosi yang ditampilkan oleh Sobatbantas juga memiliki keterbukaan dan menerima pendapat setiap

followersnya. Keterbukaan ini diyakini responden dapat membuat komunikasi yang baik antara pihak Sobatbantas dengan pengikutnya serta terjalannya komunikasi dengan para produsen atau umkm produk kuliner di Kota Banjarmasin.

Dapat disimpulkan bahwa kemudahan teknologi yang canggih seperti penggunaan media sosial Instagram mampu mempengaruhi sikap seseorang dalam bertindak. Salah satunya melakukan keputusan pembelian melalui media sosial. Serta semakin aktif akun Instagram melakukan promosi maka akan semakin meningkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dalam membeli produk yang dipromosikan..

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Fatilah (2020) bahwa promosi media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rizki Amalia Putri (2018) membuktikan bahwa Promosi menggunakan akun Instagram @kuliner_lampung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kuliner di Bandar Lampung.