

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Something didirikan pada Mei 2019 oleh Irene Ursula, Irene memulai karir bisnisnya dengan menjadi *reseller*. Setelah sukses berbisnis sebagai *reseller*, Irene lalu memberanikan diri membangun brand sendiri yang bernama Something yang saat ini cukup populer dan diminati masyarakat. Irene memiliki visi dan misi membangun Something sebagai startup beauty brand yang bisa go internasional, sehingga konsumen dari berbagai negara bisa mendapatkan produk skincare terbaik di kelasnya, yaitu produk Something dari Indonesia.

Dalam mengembangkan brandnya, Something juga membangun pasukan reseller. Iren sadar, dalam perjalanannya membangun brand Something bertahun-tahun lalu, koneksi yang salah satunya terbangun lewat reseller ini memiliki peran penting bagi Something untuk mewujudkan mimpinya. Something berjanji untuk tumbuh bersama para reseller bisa dilihat dari anggotanya yang sudah tumbuh banyak di tahun yang sekarang.

Sampai saat ini, reseller Something sudah mencapai ratusan orang di berbagai belahan Indonesia. Irene pun terus berkomitmen dengan mengembangkan reseller<sup>1</sup> hingga saat ini tahun 2022 Something mempunyai lebih dari 2000 reseller

---

<sup>1</sup> <https://hypeabis.id/read/9091/kisah-founder-something-yang-sukses-memulai-bisnis-dari-reseller>

di Indonesia. Mei 2019 Somethinc telah didirikan, setelah tujuh tahun yang lalu, Irene mendirikan *e-commerce beauty* bernama Beautyhaul.

Irene dalam perjalanannya dalam membentuk *e-commerce* itu sendiri, irene mengatakan telah menemukan perbedaan yang terdapat di pasar dengan industri kecantikan lokal yang masih kalah dengan brand internasional lainnya. Hal ini membuat Somethinc lahir dan tumbuh menjadi brand *beauty* lokal berkualitas baik yang tidak kalah dibanding produk luar negeri. Hal ini membuat Irene telah meluncurkan produk kecantikan dengan bahan dan standar yang berkualitas tinggi.

Usaha Irene dengan meluncurkannya Somethinc untuk menghadirkan produk berkualitas tinggi memang harus dibanggakan. Tapi, tidak sedikit demikian yang masih beranggapan bahwa produk asing masih lebih bagus dari produk lokal. Irene berharap agar semakin banyaknya warga Indonesia supaya lebih terbuka lagi dengan fakta yang ada bahwa kecantikan produk lokal saat ini tidak kalah bagus serta tidak kalah jauh lebih berkembang lagi kualitasnya.

Seiring berjalannya waktu, dalam mengelola bisnis kecantikan ini yaitu Somethinc, Irene beranggapan bahwa dengan pandangan yang mengatakan bahwa produk lokal lemah tersebut perlahan menghilang bersamaannya dengan munculnya beragam karya anak bangsa di Indonesia dengan kualitas bagus.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> <https://www.kompas.com/parapuan/read/532665005/mengenal-irene-ursula-perempuan-di-balik-kesuksesan-produk-kecantikan-lokal-somethinc>

Beautyhaul adalah *e-commerce* kecantikan pertama di Indonesia pada tahun 2014. Inovasi tidak berhenti. Mereka meluncurkan merek pertama yaitu *Somethinc* pada tahun 2019 dan dalam waktu 2 tahun telah menjadi merek perawatan kulit #1 di *e-commerce* dan toko perdagangan modern terbesar di Indonesia. Tim Beautyhaul bertambah tiga kali lipat dalam setahun terakhir.

Mereka juga meluncurkan beberapa merek dan platform kecantikan generasi berikutnya di Indonesia. Mereka ingin membawa perusahaannya menjadi merek kecantikan rumah tangga di Indonesia, berpotensi menjadi unicorn pertama yang menguntungkan yang berasal dari negara ini. Dalam hal ini Irene juga menjelaskan bahwa upaya nya dalam meluncurkan produk kecantikan dengan kualitas yang tidak kalah bagus, untuk semua produk *Somethinc* sudah mendapatkan standar dan *grade ingredient* tertinggi di kelasnya.

Dengan meluncurkan produk dengan kualitas yang tinggi, *Somethinc* ini memang harus diapresiasi oleh masyarakat lokal. *Somethinc* memiliki beberapa produk yang meliputi serum, pembersih wajah, *chemical exfoliant*, *eye cream*, toner, *essence*, *make up*, pelembap, serta produk unggul lainnya. Masing-masing produk memiliki fungsinya sendiri sesuai kebutuhan kulit masyarakat.

Berikut adalah nama-nama founder dari *Somethinc*<sup>3</sup>:

1. Irene Ursula

---

<sup>3</sup> <https://careers.beautyhaul.com/about-us>

Seorang Visioner, pencipta, beautyfluencer. Alumni Universitas Pelita Harapan, Universitas Huaqiao. Influencer kecantikan dengan 24,4 ribu pengikut di Instagram. Seorang perfeksionis pada produk, inovasi, dan kreativitas.

2. Benny Yahya

Merupakan seorang Pengusaha dan ahli operasional. Alumni dari Universitas Pelita Harapan, Shanghai Normal University. Membangun beberapa usaha kecil dari bawah ke atas. Ahli taktik yang gesit.

3. Marsela Limesa

Peretas pertumbuhan, orkestra tim, dan pembuat start-up. Alumni dari Universitas Negeri Singapura. Goldman Sachs, Cargill, Grab, Sequoia Capital, Investor Strategist, dan pemilik P&L.

## 4.2 Analisis Data Responden

Berikut ini akan diberikan garis besar responden yang menjadi subjek penelitian, yaitu *followers* Instagram *Something*. Terdapat 100 orang yang menjadi responden konsumen dalam penelitian ini.

### 4.2.1 Responden Berdasarkan Pengalaman Pemakai

Hasil pengisian kuesioner dari 100 responden akan diklasifikasi melalui pengalaman pemakai berikut:

**Tabel 4.2.1 Responden Berdasarkan Pengalaman Pemakai**

<b>Pengalaman Pemakai</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Ya	100	100%
Tidak	0	0%
Total	100	100%

Diketahui bahwa dari 100 responden, berdasarkan pengguna media Instagram yang pernah membeli dan menggunakan produk *Somethinc* didapatkan bahwa terdapat 100 orang dinyatakan dalam persentase 100% yaitu *followers* Instagram *Somethinc*. Hal ini sesuai dengan yang peneliti butuhkan untuk karakteristik sampel guna mengetahui adanya pengaruh media promosi instagram terhadap pembelian produk *Somethinc*.

#### **4.2.2 Responden Berdasarkan Gender**

Hasil pengisian kuesioner dari 100 responden akan diklasifikasi melalui jenis kelamin sebagai berikut :

**Tabel 4.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Laki-Laki	15	15%
Perempuan	85	85%
Total	100	100%

Terlihat bahwa persentase jenis kelamin dengan populasi paling kecil adalah responden berjenis kelamin laki-laki (15 orang) atau sebesar 15%. Sedangkan persentase golongan konsumen yang populasinya paling besar adalah responden berjenis kelamin perempuan (85 orang) atau sebesar 85%.

#### 4.2.3 Responden Berdasarkan Usia

Hasil pengisian kuesioner dari 100 responden akan diklasifikasi melalui usia responden sebagai berikut:

*Tabel 4.2.3 Responden Berdasarkan Usia*

Usia	Frekuensi	Presentase
< 20	9	9%
21 – 25	74	74%
26 – 30	11	11%
31 - 35	5	5%
35 >	1	1%
Total	100	100%

Dapat terlihat bahwa bahwa responden berusia 20 tahun kebawah sebanyak 9 orang atau 9% sedangkan Responden terbanyak yang mengisi kuesioner yaitu usia 21-25 tahun yang berjumlah 74 orang dengan persentase 74%, kemudian disusul oleh responden yang berusia 26 – 30 tahun yang berjumlah 11 orang dengan persentase 11%, responden yang

berusia 31 – 35 tahun memperoleh jumlah 5 orang atau 5% dan responden yang berusia 35 tahun keatas yang paling sedikit yaitu 1 orang dengan persentase 1%.

### 4.3 Distribusi Jawaban Responden

#### 4.3.1 Distribusi Jawaban Terhadap Variabel X

Media promosi instagram merupakan media jejaring sosial yang dijadikan sebagai wadah agar bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan barang atau jasa.

##### a) Media Sosial

Media sosial adalah komponen internet yang dapat membuat penggunanya bekerja sama, bekerjasama, berkomunikasi, dan berbagi dengan pengguna lain untuk menjalin ikatan sosial secara daring.

**Somethinc melakukan promosi penjualan melalui akun instagram @somethincofficial.**

*Tabel 4.3.1 Distribusi Jawaban X<sub>P1</sub>*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	57	57%	285
Setuju	38	38%	152

Netral	5	5%	15
Tidak Setuju		0%	0
Sangat Tidak Setuju		0%	0
Total	100	100%	452

Pada pernyataan pertama terlihat angka tertinggi yang diperoleh berada pada jawaban sangat setuju dengan hasil 57 yang terdiri dari 10 pria dan 47 perempuan dengan persentase 57% dan skor 285, kemudian disusul dengan jawaban setuju dengan hasil 38 dengan persentase 38% dan skor 152 yang terdiri dari 3 pria dan 35 perempuan, kemudian jawaban netral memperoleh hasil berjumlah 5 yang terdiri dari 2 pria dan 3 perempuan dengan persentase 5% dan skor 15. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa *Somethinc* melakukan promosi di media Instagramnya.

**Somethinc melakukan interaksi kepada konsumen di akun  
instagram @somethincofficial.**

*Tabel 4.3.1 Distribusi Jawaban XP2*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	40	40%	200



Setuju	50	50%	200
Netral	7	7%	21
Tidak Setuju	1	1%	2
Sangat Tidak Setuju	2	2%	2
Total	100	100%	425

Pada hasil pernyataan kedua terlihat jawaban setuju merupakan jawaban yang dipilih oleh mayoritas responden dengan perolehan hasil sebesar 50 yang terdiri dari 4 pria dan 46 perempuan dengan persentase 50% dan skor 200, kemudian untuk jawaban sangat setuju memperoleh hasil sebanyak 40 yang terdiri dari 8 pria dan 32 perempuan dengan persentase 40% dan skor 200, untuk jawaban netral memperoleh hasil berjumlah 7 yang terdiri dari 2 pria dan 5 perempuan dengan persentase 7% dan skor 21, untuk jawaban tidak setuju memperoleh hasil sebanyak 1 yang terdiri dari 1 pria dengan persentase 1% dan skor 2, dan untuk jawaban sangat tidak setuju memperoleh 2 yang terdiri dari 2 perempuan dengan presentase 2% dan skor 2. Hal ini menunjukkan bahwa *Something* sering melakukan interaksi kepada konsumennya.

b) *Word of Mouth*

Word of Mouth merupakan komponen media promosi lewat perantara (satu orang ke orang lain) yang akan

menyampaikan informasi (mencakup dampak dan penilaiannya) terkait produk barang atau jasa yang telah dipakai, serta lebih ampuh dari metode promosi lain.

Saya mengetahui akun instagram @somethincofficial dari orang lain.

*Tabel 4.3.1 Distribusi Jawaban XP3*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	30	30%	150
Setuju	33	33%	132
Netral	15	15%	45
Tidak Setuju	15	15%	30
Sangat Tidak Setuju	7	7%	7
Total	100	100%	364

Untuk hasil dari pernyataan ketiga jawaban setuju menjadi mayoritas jawaban responden dengan hasil yang diperoleh 33 yang terdiri dari 5 pria dan 28 perempuan dengan persentase 33% dan skor 132, kemudian jawaban sangat setuju memberikan hasil berjumlah 30 yang terdiri dari 5 pria dan 25 perempuan dengan persentase 30% dan skor 150, dan jawaban netral memperoleh hasil berjumlah 15 yang terdiri dari 3 pria dan 12 perempuan dengan persentase 15%

dan skor 45, lalu jawaban tidak setuju memperoleh hasil sejumlah 15 yang terdiri dari 2 pria dan 13 perempuan dengan persentase 15% dan skor 30, dan jawaban sangat tidak setuju memperoleh jawaban sebanyak 7 yang terdiri dari 7 perempuan dengan persentase 7% dan skor 7. Kesimpulannya adalah banyak konsumen yang mengetahui akun Instagram *Somethinc* dari orang lain.

**Saya mengetahui produk Somethinc dari akun instagram  
@somethincofficial.**

**Tabel 4.3.1 Distribusi Jawaban XP4**

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	42	42%	210
Setuju	33	33%	132
Netral	12	12%	36
Tidak Setuju	11	11%	22
Sangat Tidak Setuju	2	2%	2
Total	100	100%	402

Pada pernyataan keempat jawaban responden terbanyak dengan hasil yang diperoleh 42 yang terdiri dari 7 pria dan 35 perempuan dengan persentase 42% dan skor 210 berada pada jawaban sangat setuju, kemudian jawaban setuju memperoleh hasil

dengan jumlah 33 yang terdiri dari 3 pria dan 30 perempuan dengan persentase 33% dan skor 132, dan jawaban netral memperoleh jumlah sebanyak 12 yang terdiri dari 4 pria dan 8 perempuan dengan persentase 12% dan skor 36 lalu jawaban tidak setuju memperoleh jawaban sebanyak 11 yang terdiri dari 1 pria dan 10 perempuan dengan persentase 11% dan skor sebanyak 22, selanjutnya jawaban sangat tidak setuju memperoleh 2 yang terdiri dari 2 perempuan atau 2% dengan skor 2. Maka artinya responden sangat setuju bahwa mereka mengetahui produk *Somethinc* dari akun Instagram *Somethinc*.

c) Informasi

Informasi merupakan sekumpulan pesan yang terdiri dari pesan yang sudah dikaji menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi penerimanya dan dapat digunakan dalam mengambil keputusan. Dengan memberikan informasi yang lengkap guna memikat perhatian calon pembeli.

**Somethinc memberikan informasi tentang produknya dengan mengunggah video/foto melalui akun instagram @somethincofficial dengan jelas**

*Tabel 4.3.1 Distribusi Jawaban XP5*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	53	53%	265
Setuju	36	36%	144
Netral	5	5%	15
Tidak Setuju	6	6%	12
Sangat Tidak Setuju		0%	0
Total	100	100%	436

Pernyataan kelima pada kuesioner yang telah di sebar memperoleh jawaban sangat setuju memperoleh hasil sebanyak 53 yang terdiri dari 6 pria dan 47 perempuan dengan persentase 53% dan skor 265, jawaban setuju dengan angka 36 yang terdiri dari 7 pria dan 29 perempuan dengan persentase 36% dan skor 144, lalu jawaban tidak setuju memperoleh hasil berjumlah 6 yang terdiri dari 6 perempuan dengan persentase 6% dan skor 12. kemudian jawaban netral memperoleh hasil dengan jumlah 5 yang terdiri dari 2 pria dan 3 perempuan dengan persentase 5% dan skor 15, Maka artinya mayoritas responden menyetujui bahwa *Somethinc* memberikan informasi tentang produknya dengan mengunggah video/foto melalui akun Instagram @somethincofficial dengan jelas.

**Penyampaian informasi yang disampaikan akun instagram  
@somethincofficial jelas dan membuat saya mudah  
mengingatnya.**

*Tabel 4.3.1 Distribusi Jawaban XP6*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	46	46	230
Setuju	39	39	156
Netral	13	13	39
Tidak Setuju	2	2	4
Sangat Tidak Setuju		0%	0
Total	100	100%	429

Pernyataan keenam memperlihatkan jawaban sangat setuju menjadi jawaban dengan perolehan nilai terbanyak yaitu 46 yang terdiri dari 3 pria dan 35 perempuan dengan persentase 46% dan skor 230, lalu jawaban setuju memperoleh hasil sebanyak 39 yang terdiri dari 2 pria dan 37 perempuan dengan persentase 39% dan skor 156, kemudian jawaban netral memperoleh hasil sebanyak 13 yang terdiri dari 4 pria dan 9 perempuan dengan persentase 13% dan skor 39, kemudian jawaban tidak setuju memperoleh 2 terdiri dari perempuan dengan 2% dengan skor 4. Maka dapat disimpulkan

bahwa penyampaian informasi yang disampaikan *Somethinc* jelas dan mudah untuk di ingat.

d) Pengetahuan produk

Pengetahuan produk merupakan seperangkat pengetahuan dan informasi terkait sebuah produk. Pengetahuan produk tersebut terdiri dari istilah produk, *merk*, kategori, harga, atribut, serta pemahaman produk.

**Produk Somethinc yang ditampilkan akun instagram @somethincofficial sudah sesuai dengan kebutuhan kulit saya.**

*Table 4.3.1 Distribusi Jawaban XP7*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	38	38%	190
Setuju	42	42%	168
Netral	19	19%	57
Tidak Setuju	1	1%	2
Sangat Tidak Setuju		0%	0
Total	100	100%	417

Lalu pernyataan ketujuh yang menunjukkan jawaban setuju adalah mayoritas jawaban yang dipilih oleh responden dengan

hasil 42 yang terdiri dari 4 pria dan 38 perempuan dengan persentase 42% dan skor 168, kemudian jawaban sangat setuju memperoleh hasil sebanyak 38 yang terdiri dari 9 pria dan 29 perempuan dengan persentase 38% dan skor 168, dan jawaban netral memperoleh hasil 19 yang terdiri dari 2 pria dan 17 perempuan dengan persentase 19% dan skor 57, kemudian jawaban tidak setuju memperoleh hasil sebanyak 1 terdiri 1 perempuan dengan persentase 1% dan skor 2. Maka dapat disimpulkan bahwa produk *Somethinc* yang ditampilkan akun Instagramnya sudah sesuai dengan kebutuhan kulit responden.

**Produk Somethinc yang ditampilkan akun instagram @somethincofficial menggunakan bahan baku yang berkualitas.**

*Tabel 4.3.1 Distribusi Jawaban XP8*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	34	34%	170
Setuju	52	52%	208
Netral	8	8%	24
Tidak Setuju	5	5%	10
Sangat Tidak Setuju	1	1%	1
Total	100	100%	413



Pernyataan kedelapan mendapatkan perolehan hasil terbanyak pada jawaban setuju dengan nilai 52 yang terdiri dari 5 pria dan 47 perempuan dengan persentase 52% dan skor 208, kemudian jawaban sangat setuju memperoleh hasil sebanyak 34 yang terdiri dari 6 pria dan 28 perempuan dengan persentase 34%, dan skor 170, kemudian jawaban netral memperoleh nilai sebanyak 8 yang terdiri dari 3 pria dan 5 perempuan dengan persentase 8% dan skor 24, dan jawaban tidak setuju memperoleh hasil sebanyak 5 yang terdiri dari 1 pria dan 4 perempuan dengan persentase 5% dan skor 10, lalu jawaban sangat tidak setuju memperoleh hasil 1 terdiri dari 1 perempuan dengan persentase 1% dengan skor 1. Maka dapat disimpulkan bahwa Produk yang ditampilkan *Somethinc* menggunakan bahan baku yang berkualitas.

Berdasarkan hasil kuesioner penulis yang disebarakan pada 100 responden, maka diperoleh analisis indeks jawaban terhadap variable Media Promosi Instagram (X) sebagai berikut :

**Tabel 4.3.1 Distribusi Jawaban Variabel X**

Pertanyaan	Alternatif Jawaban					F
	STS	TS	N	S	SS	

XP1	0	0	5	38	57	100
XP2	2	1	7	50	40	100
XP3	7	15	15	33	30	100
XP4	2	11	12	33	42	100
XP5	0	6	5	36	53	100
XP6	0	2	13	39	46	100
XP7	0	1	19	42	38	100
XP8	1	5	8	52	34	100
<b>Total</b>	12	41	84	323	340	800
<b>%</b>	2%	5%	10%	40%	43%	100%

**Sumber : Data diolah dengan SPSS 26, 2022**

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat bahwa hasil analisis dengan menggunakan 100% responden menunjukkan bahwa 2% menjawab sangat tidak setuju, kemudian 5% menjawab tidak setuju, 10% bersikap netral, 40% menjawab setuju, dan 43% menjawab sangat setuju terhadap pernyataan pada kuesioner variable media promosi Instagram (X).

#### **4.3.2 Distribusi Jawaban Terhadap Variabel Y**

Keputusan pembelian adalah proses identifikasi masalah yang dilakukan oleh konsumen, dan dilanjutkan dengan menemukan informasi terkait merek atau produk tertentu, serta mempertimbangkan betapa bagus setiap alternatif yang tersedia dapat menyelesaikan permasalahannya sehingga nantinya akan mendorong ia pada keputusan pembelian.

a) Aspek produk

Aspek produk terdiri dari kualitas yang berkaitan dengan tingkat baik buruknya suatu produk. Istilah ini banyak digunakan dalam bisnis, dan berkaitan dengan konsep dan teknik untuk meningkatkan kualitas suatu produk, model yang baru, bahan yang digunakan, merek yang dicantumkan.

**Saya memutuskan untuk membeli produk Somethinc karena kualitas dan bahan yang digunakan.**

*Tabel 4.3.2 Distribusi Jawaban YPI*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	38	38%	190
Setuju	43	43%	172
Netral	11	11%	33
Tidak Setuju	6	6%	12
Sangat Tidak Setuju	2	2%	2

Total	100	100%	409
-------	-----	------	-----

Hasil yang diperoleh dari pernyataan pertama di atas adalah jawaban setuju yang paling banyak memperoleh suara dengan hasil 43 yang terdiri dari 1 pria dan 42 perempuan dengan persentasi 43% dan skor 172, lalu jawaban setuju memperoleh hasil sebanyak 38 yang terdiri dari 7 pria dan 31 perempuan dengan persentase 38% dan skor 190, jawaban netral memperoleh hasil sebanyak 11 yang terdiri dari 2 pria dan 9 perempuan dengan persentase sebanyak 11% dan skor 33, jawaban tidak setuju memperoleh hasil sebanyak 6 yang terdiri dari 4 pria dan 2 perempuan dengan persentase 6% dan skor 12, lalu jawaban sangat tidak setuju memperoleh hasil sebanyak 2 yang terdiri dari 1 pria dan 1 perempuan dengan presentase 2% dan skor 2. Maka dapat disimpulkan bahwa responden memutuskan untuk membeli produk Somethinc karena kualitas dan bahan yang digunakan.

**Saya memutuskan membeli produk Somethinc karena mereknya yang sedang populer.**

*Tabel 4.3.2 Distribusi Jawaban YP2*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	23	23%	115

Setuju	33	33%	132
Netral	23	23%	69
Tidak Setuju	18	18%	36
Sangat Tidak Setuju	3	3%	3
Total	100	100%	355

Pada pernyataan kedua dengan hasil yang memperoleh nilai paling banyak yaitu 33 yang terdiri dari 2 pria dan 31 perempuan dengan persentase 33% dan skor 132 pada jawaban setuju, dan jawaban sangat setuju dan netral memperoleh hasil yang sama yaitu 23 yang terdiri dari 3 pria dan 20 perempuan dengan persentase 23%, lalu netral dengan hasil 23 yang terdiri dari 4 pria dan 19 perempuan dan masing-masing skor dengan jawaban sangat setuju 115 sedangkan jawaban netral memperoleh skor 69, kemudian jawaban tidak setuju memperoleh hasil 18 yang terdiri dari 5 pria dan 13 perempuan dengan persentase 18% dan skor 36, kemudian jawaban sangat tidak setuju memperoleh hasil 3 yang terdiri dari 1 pria dan 2 perempuan dengan persentase 3% dan skor 3. Dari penjelasan tersebut maka artinya responden setuju bahwa mereka memutuskan membeli produk *Somethinc* karena mereknya sedang populer.

b) Aspek Harga

Aspek harga adalah hal yang krusial selaku penentu keberhasilan perusahaan, serta juga merupakan nilai tukar dari sebuah produk dalam satuan moneter.

**Saya memutuskan membeli produk something karna harga yang terjangkau**

*Tabel 4.3.2 Distribusi Jawaban YP3*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	29	29%	145
Setuju	38	38%	152
Netral	22	22%	66
Tidak Setuju	9	9%	18
Sangat Tidak Setuju	2	2%	2
Total	100	100%	383

Pernyataan ketiga menunjukkan mayoritas responden memberikan jawaban setuju dengan hasil 38 yang terdiri dari 4 pria dan 34 perempuan dengan persentase 38% dan skor 152, kemudian jawaban sangat setuju memperoleh nilai sebanyak 29 yang terdiri dari 6 pria dan 23 perempuan dengan persentase 29% dan skor 145, jawaban netral memperoleh hasil sebanyak 22 yang terdiri dari 2 pria dan 20 perempuan dengan persentase 22% dan skor 66, jawaban tidak

setuju memperoleh hasil 9 yang terdiri dari 2 pria dan 7 perempuan dengan persentase 9% dan skor 18, dan jawaban sangat tidak setuju memperoleh hasil 2 yang terdiri dari 1 pria dan 1 perempuan dengan persentase 2% dan skor 2. Maka berarti mayoritas responden tersebut setuju memutuskan membeli produk *Somethinc* karna harga yang terjangkau.

**Saya memutuskan membeli produk Somethinc karena harga yang terjangkau dibandingkan merek lain.**

*Tabel 4.3.2 Distribusi Jawaban YP4*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	30	30%	150
Setuju	35	35%	140
Netral	21	21%	63
Tidak Setuju	12	12%	24
Sangat Tidak Setuju	2	2%	2
Total	100	100%	379

Pada pernyataan keempat jawaban setuju yang mendapatkan hasil paling banyak dengan angka 35 yang terdiri dari 4 pria dan 31 perempuan dengan persentase 35% dan skor 140, kemudian jawaban sangat setuju memperoleh hasil sejumlah 30 yang

terdiri dari 7 pria dan 23 perempuan dengan persentase 30% dan skor 150, jawaban netral memperoleh hasil sebanyak 21 yang terdiri dari 2 pria dan 19 perempuan dengan persentase 21% dan skor 63, jawaban tidak setuju memperoleh hasil 12 yang terdiri dari 2 pria dan 10 perempuan dengan persentase 12% dan skor 24, dan jawaban sangat tidak setuju memperoleh hasil 2 terdiri dari 2 perempuan dengan persentase 2% dan skor 2. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju mengenai membeli produk *Somethinc* karena harga yang terjangkau dibandingkan merek lain.

c) Aspek Promosi

Aspek promosi adalah jenis komunikasi untuk memberitahukan penjelasan demi membuat calon pembeli yakin terhadap suatu produk.

**Saya memutuskan membeli produk Somethinc karena Somethinc memberikan program promosi yang menarik.**

*Tabel 4.3.2 Distribusi Jawaban YP5*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	39	39%	195
Setuju	37	37%	148
Netral	18	18%	54



Tidak Setuju	5	5%	10
Sangat Tidak Setuju	1	1%	1
Total	100	100%	408

Pada pernyataan kelima terdapat jawaban sangat setuju yang memperoleh hasil paling banyak yaitu 39 yang terdiri dari 8 pria dan 31 perempuan dengan persentase 39% dan skor 195, kemudian jawaban setuju dengan hasil 37 yang terdiri dari 1 pria dan 36 perempuan dengan persentase 37% dan skor 148, jawaban netral dengan hasil 18 yang terdiri dari 2 pria dan 16 perempuan dengan persentase 18% dan skor 54, kemudian jawaban tidak setuju dengan hasil 5 yang terdiri dari 3 pria dan 2 perempuan dengan persentase 5% dan skor 10, dan jawaban sangat tidak setuju dengan hasil 1 terdiri dari 1 pria dengan persentase 1% dan skor 1. Hal ini memperlihatkan bahwa mayoritas responden memutuskan membeli produk *Somethinc* karena *Somethinc* memberikan program promosi yang menarik.

**Saya memutuskan membeli produk Somethinc karena  
Somethinc menawarkan potongan harga**

**Tabel 4.3.2 Distribusi Jawaban YP6**

<b>Kategori</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	30	30%	150
Setuju	34	34%	136
Netral	25	25%	75
Tidak Setuju	9	9%	18
Sangat Tidak Setuju	2	2%	2
Total	100	100%	381

Pernyataan keenam yang memperlihatkan jawaban setuju yang memperoleh hasil paling banyak dengan angka 34 yang terdiri dari 3 pria dan 31 perempuan dengan persentase 34% dan skor 136, kemudian jawaban sangat setuju dengan hasil 30 yang terdiri dari 6 pria dan 24 perempuan dengan persentase 30% dan skor 150, lalu jawaban netral memperoleh hasil 25 yang terdiri dari 1 pria dan 24 perempuan dengan persentase 25% dan skor 75, jawaban tidak setuju memperoleh hasil 9 yang terdiri dari 4 pria dan 5 perempuan dengan persentase 9% dan skor 18, dan jawaban sangat tidak setuju memperoleh hasil 2 yang terdiri dari 1 pria dan 1 perempuan dengan presentase 2% dan skor 2. Maka berarti bahwa banyak responden yang menyetujui membeli produk *Somehinc* karena *Somehinc* menawarkan potongan harga.

d) Aspek Distribusi

Aspek distribusi adalah kegiatan pemasaran untuk melancarkan dan memudahkan penyampaian produk dari produsen ke konsumen. Aspek distribusi terdiri dari kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa serta kemudahan dalam membandingkan produk atau jasa.

**Saya memutuskan membeli produk something karena adanya kemudahan dalam memperoleh produk.**

*Tabel 4.3.2 Distribusi Jawaban YP7*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	39	39%	195
Setuju	43	43%	172
Netral	15	15%	45
Tidak Setuju	3	3%	6
Sangat Tidak Setuju		0%	0
Total	100	100%	418

Pernyataan ketujuh memperlihatkan jawaban setuju yang memperoleh banyak suara dengan hasil 43 yang terdiri dari 8 pria dan 35 perempuan dengan persentase 43% dan skor 172, kemudian jawaban sangat setuju memperoleh hasil 39 yang terdiri

dari 3 pria dan 36 perempuan dengan persentase 39% dan skor 195, jawaban netral memperoleh hasil 15 yang terdiri dari 3 pria dan 12 perempuan dengan persentase 15% dan skor 45, jawaban tidak setuju memperoleh hasil 3 yang terdiri dari 1 pria dan 2 perempuan dengan persentase 3% dan skor 6. Maka artinya bahwa mayoritas responden memutuskan membeli produk *Something* karena adanya kemudahan dalam memperoleh produk.

**Saya memutuskan membeli produk something karena adanya kemudahan dalam membandingkan produk something dengan merek lain.**

*Tabel 4.3.2 Distribusi Jawaban YP8*

Kategori	Jumlah Responden	Presentase	Skor
Sangat Setuju	31	31%	155
Setuju	45	45%	180
Netral	16	16%	48
Tidak Setuju	7	7%	14
Sangat Tidak Setuju	1	1%	1
Total	100	100%	398

Pernyataan kedelapan yang memperoleh hasil paling banyak adalah jawaban setuju dengan hasil yang diperoleh 45 yang terdiri

dari 5 pria dan 40 perempuan dengan persentase 45% dan skor 180, kemudian jawaban sangat setuju dengan hasil 31 yang terdiri dari 5 pria dan 26 perempuan dengan persentase 31% dan skor 155, jawaban netral dengan hasil 16 yang terdiri dari 1 pria dan 15 perempuan dengan skor 16% dan skor 48, jawaban tidak setuju memperoleh hasil 7 yang terdiri dari 3 pria dan 4 perempuan dengan persentase 7% dan skor 14, dan jawaban sangat tidak setuju memperoleh hasil 1 terdiri dari 1 dengan persentase 1% dan skor 1. Hal ini berarti bahwa banyak responden yang setuju untuk membeli produk *Somethinc* karena adanya kemudahan dalam membandingkan produk *Somethinc* dengan merek lain.

Berdasarkan hasil kuesioner penulis yang disebar pada 100 responden, maka diperoleh analisis indeks jawaban terhadap variable keputusan pembelian (Y) sebagai berikut:

**Tabel 4.3.2 Distribusi Jawaban Variabel Y**

Pertanyaan	Alternatif Jawaban					F
	STS	TS	N	S	SS	
YP1	2	6	11	43	38	100
YP2	3	18	23	33	23	100

YP3	2	9	22	38	29	100
YP4	2	12	21	35	30	100
YP5	1	5	18	37	39	100
YP6	2	9	25	34	30	100
YP7	0	3	15	43	39	100
YP8	1	7	16	45	31	100
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>69</b>	<b>151</b>	<b>308</b>	<b>259</b>	<b>800</b>
<b>%</b>	<b>2%</b>	<b>9%</b>	<b>19%</b>	<b>38%</b>	<b>32%</b>	<b>100%</b>

**Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2022**

Dari analisis distribusi jawaban responden dengan persentase 100% memperoleh hasil 2% menjawab sangat tidak setuju, 9% menjawab tidak setuju, 19% bersikap netral, 38% menjawab setuju, dan 32% menjawab sangat setuju pada pernyataan kuesioner variabel keputusan pembelian (Y).

## 4.5 Uji Asumsi Klasik

### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk menguji apakah variabel independent maupun dependen memiliki distribusi yang normal dalam model regresi atau sebaliknya. Hal ini dapat dilihat dari *output* data

Kolmogorov Smirnov yaitu jika nilai signifikan  $> 0,05$ , maka data dinyatakan normal.

**Tabel 4.5.1 Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.60935895
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.065
	Negative	-.102
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.012 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

**Sumber: Data diolah dengan SPSS 26. 2022.**

Berdasarkan tabel 4.5.1 hasil uji normalitas menggunakan output data Kolmogorov Smirnov nilai signifikan 0,05 yang artinya  $0,12 > 0,05$  maka data dinyatakan distribusi normal.

#### 4.6 Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear dimanfaatkan digunakan untuk mengetahui pengaruh media promosi instagram (X) dengan keputusan pembelian (Y). Regresi linear sederhana digunakan karena hanya menyangkut satu variabel dependen dan satu variabel independen saja.

**Tabel 4.6 Uji Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.333	3.371		2.472	.000
	X	.688	.100	.570	6.871	.000

a. Dependent Variable: Y

**Sumber: Data diolah dengan SPSS 26. 2022**

Terdapat nilai konstanta sebesar 8.333 dan nilai koefisien regresi variable media promosi instagram yang mempengaruhi variable keputusan pembelian



sebesar 0,688 maka dapat dihasilkan persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 8.333 + 0,688 X$$

Dari persamaan regresi linear sederhana diatas maka dapat diterjemahkan sebagai berikut:

- 
- a) Nilai konstanta sebesar 8.333 mengandung arti bahwa nilai konstan variabel Y sebesar 8.333 Atau jika variabel media promosi dianggap konstan maka variabel keputusan pembelian yaitu 8.333.
  - b) Koefisien regresi variabel X sebesar 0,688 yang artinya bahwa regresi untuk variabel media promosi Instagram yaitu 0,688 maka dapat diartikan jika variabel media promosi instagram mengalami kenaikan sebesar satu kesatuan, maka nilai variabel keputusan pembelian akan bertambah sebesar 8.333. Koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat diartikan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap variabel Y bersifat positif.

## 4.7 Uji Hipotesis

### 4.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dimanfaatkan dalam menguji pengaruh yang diperoleh variabel terikat dari setiap variabel bebas secara parsial. Uji ini dilakukan dengan membandingkan **t hitung** dengan **t tabel**, (tingkat kesalahan 5%)

atau melihat kolom signifikasi pada masing-masing **t hitung**. Kriteria pengambilan keputusannya Jika **t hitung** > **t tabel** dan tingkat signifikan < 0,05 maka H0 ditolak. Jika **t hitung** < **t tabel** dan tingkat signifikan > 0,05 maka H0 diterima.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.6 diperoleh hasil nilai *t hitung* pada variabel media promosi Instagram adalah 6.871 dengan tingkat kesalahan 5% maka di peroleh nilai *t tabel* sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini hasil uji t  $6.871 > 1,984$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka H0 ditolak.

Oleh karena itu dalam penelitian ini variabel X memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y atau variabel media promosi instagram mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

#### 4.7.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dimanfaatkan dalam menetapkan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Jika nilai  $R^2$  makin besar, maka garis regresi yang terbentuk akan makin bagus. Di sisi lain, jika nilai  $R^2$  makin kecil, maka garis regresi tersebut akan makin tidak tepat dalam mewakili data hasil observasi.

Dalam penelitian ini di peroleh hasil R square sebagai berikut:

**Tabel 4.7.2 Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.570 <sup>a</sup>	.325	.318	4.278
a. Predictors: (Constant), X				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)				

**Sumber: Data diolah dengan SPSS 26. 2022.**

Berdasarkan tabel 4.6.2. dalam penelitian ini diperoleh nilai koefisien determinasi (  $R^2$  ) sebesar 0,325. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu media promosi instagram (X) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) sebesar 32,5% , sedangkan 67,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Dari hasil R square dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antar kedua variabel cukup kuat.

#### **4.8 Pembahasan Penelitian**

Setelah melakukan penelitian melalui proses analisis data kuantitatif dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 26, diduga bahwa media promosi instagram mempengaruhi keputusan pembelian produk Somethinc. Hal ini dibuktikan melalui analisis regresi sederhana dan uji parsial, serta untuk melihat sejauh mana pengaruhnya dapat dilihat melalui koefisien determinasi.

Hasil uji analisis regresi linear sederhana adalah  $8,333 + 0,688 X$ , nilai tersebut bisa diperjelas bahwa nilai regresi linear sederhana media promosi Instagram yaitu 0,688 dan mengartikan bahwa dengan asumsi setiap 1 unit nilai media promosi instagram akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,688. Nilai koefisien bernilai positif sehingga akan berdampak positif antara media promosi Instagram dengan keputusan pembelian, menyiratkan bahwa dengan media promosi Instagram yang berkembang, keputusan pembelian juga akan meningkat.

Sementara itu, pengujian uji hipotesis secara parsial diketahui bahwa nilai hasil uji parsial pada penelitian ini menunjukkan nilai *t*hitung pada variable independen yaitu variabel media promosi instagram (X) adalah 6,871 dengan tingkat kesalahan 5 % maka di peroleh nilai *t*tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini  $6,871 > 1,984$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, menyatakan bahwa media promosi instagram berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil koefisien determinasi, disadari bahwa nilai R Square adalah 0,325. Ini menyatakan bahwa media promosi instagram memengaruhi keputusan pembelian sebesar 32,5%.