

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Sayurbox merupakan sebuah aplikasi belanja sayur berbasis online, yang menggunakan konsep dipetik dan dipanen langsung oleh petani lokal. Perusahaan ini didirikan oleh PT. Kreasi Nostra Mandiri pada bulan juli tahun 2016. Lokasi Sayurbox terletak di Ragunan, Pasar Minggu, RT.09/RW.02, Kota Jakarta Selatan., Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Sayurbox memproduksi sayur yang segar untuk memberikan pelayanan yang baik serta berkualitas hingga ditangan konsumen. Pemesanan produk dapat diperoleh dengan cara melakukan pembelian secara online di situs web atau aplikasi online yang bisa diinstal melalui play store,apple store.

Sayurbox memiliki kurang lebih 300 sayuran dan buah organik, non organik,*konvensional*, dan *hydroponik* yang diperoleh lahan milik perusahaan, bermitra dengan petani lokal, bermitra dengan perusahaan lain dan juga pemasok lainnya. Memberikan keuntungan bagi para konsumen membeli produk yang berkualitas dan sangat mudah didapatkan. Sesuai dengan visi Sayurbox yaitu mengubah gaya hidup masyarakat *modern* hanya dengan memanfaatkan *platform* yang ada di *gadget* tidak perlu ke pasar maupun swalayan.



Gambar 4.1 Logo Sayurbox

Sumber : Website Sayurbox

Sejak pertama muncul, pemasaran lewat Instagram telah dilakukan oleh Sayurbox, akun Instagram @sayurbox terbilang aktif juga mendapatkan *followers* hingga saat ini berjumlah 487.000 *followers*. Informasi yang disajikan oleh akun tersebut sangat informatif, mulai dari memberikan tips dalam mengolah sayur dan buah, juga memberikan resep masakan untuk para pengikut, konsumen Sayurbox.

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

a) Usia

Tabel 4.1

Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	17-20 Tahun	2	4.7
2.	21-30 Tahun	51	79.7
3.	31-45 Tahun	4	7.7
4.	>46 Tahun	3	6.3
5.	Lainnya	1	1.6
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat terlihat jelas mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berusia 21-30 tahun sebanyak 51 orang atau 79.7%, sisanya berusia 31-45 tahun sebanyak 4 orang atau 7.7%, usia >46 tahun sebanyak 3 orang atau 6.3%, usia 17-20 tahun sebanyak 2 orang atau 4.7%, Lainnya 1 orang atau 1.6%.

b) Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Jenis kelamin

No.	Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Perempuan	48	73.8
2.	Laki-laki	14	26.2
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat terlihat jelas mayoritas responden dalam penelitian ini mayoritas yaitu perempuan berjumlah 48 orang atau 73.8%, dan sisanya berjenis laki-laki berjumlah 14 orang atau 26.2%.

2. Pernyataan variabel X (Konten Instagram)

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

a) Profile

Tabel 4.3

Profile akun Instagram @sayurbox yang sudah terverifikasi (centang biru) membuat saya percaya terhadap akun tersebut

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	34	50,7
2	Setuju	28	49,3
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 28 orang atau 49,3% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 34 orang atau 50,7% menyatakan sangat setuju bahwa profil akun Instagram @sayurbox terverifikasi membuat *followers* percaya terhadap akun tersebut

Tabel 4.4

Profile akun Instagram @sayurbox mencantumkan informasi kontak dengan jelas sehingga saya percaya

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	40,6
2	Setuju	41	59,4
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 21 orang atau 40,63% memilih sangat setuju. Dengan demikian memilih sangat setuju, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 41 orang atau 59,4% menyatakan setuju bahwa profil akun Instagram @sayurbox mencantumkan informasi dengan jelas sehingga membuat *followers* percaya terhadap akun tersebut.

Tabel 4.5

Profile akun Instagram @sayurbox memberikan informasi mengenai website Sayurbox dengan baik

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	20	39,1
2	Setuju	41	59,4
3	Tidak Setuju	1	1,5
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,5% memilih tidak setuju, sebanyak 20 orang atau 39,1% memilih sangat setuju. Dengan demikian memilih sangat setuju, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 41 orang atau 59,7% menyatakan sangat setuju bahwa profil yang akun Instagram @sayurbox memberikan informasi website Sayurbox dengan baik.

b) Feed

Tabel 4.6

Foto atau video konten Instagram @sayurbox dapat mempengaruhi saya untuk membeli suatu produk

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	40	65,2
2	Setuju	17	30,4
3	Tidak Setuju	3	4,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 3 orang atau 4,4% memilih tidak setuju, sebanyak 17 orang atau 30,4% memilih setuju. Dengan demikian,

dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 40 orang atau 65,2% menyatakan sangat setuju bahwa feed foto atau video konten Instagram @sayurbox dapat mempengaruhi konsumen membeli sesuatu.

Tabel 4.7

Foto atau video konten Instagram yang diunggah kreatif dalam visual sehingga menarik untuk dilihat

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	36,2
2	Setuju	44	63,8
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 18 orang atau 36,2% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 44 orang atau 63,8% menyatakan setuju foto atau video konten Instagram yang diunggah kreatif dalam visual sehingga menarik untuk dilihat.

c) IG TV

Tabel 4.8

Video IG TV yang diunggah oleh akun @sayurbox memperlihatkan resep masakan maupun kualitas produk dari petani

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	17	34,8
2	Setuju	44	63,8
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju dan, sebanyak 17 orang atau 34,8% memilih sangat setuju, Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers*

@sayurbox sebanyak 44 orang atau 63,8% menyatakan setuju bahwa Video IG TV yang diunggah oleh akun @sayurbox memperlihatkan resep masakan maupun kualitas produk dari petani

Tabel 4.9

Video IG TV yang diunggah akun @sayurbox dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai aktivitas dengan Sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	20	39,2
2	Setuju	41	59,4
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju dan, sebanyak 20 orang atau 39,2% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 41 orang atau 59,4% menyatakan setuju video IG TV yang diunggah akun @sayurbix dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai aktivitas dengan Sayurbox.

Tabel 4.10

Video IG TV yang diunggah oleh akun @sayurbox dapat dilihat dengan waktu yang cukup lama

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	20	29
2	Setuju	39	66,7
3	Tidak Setuju	3	4,3
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 3 orang atau 4,3% memilih tidak setuju dan, sebanyak 20 orang atau 29% sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 39 orang atau 66,7% menyatakan sangat setuju bahwa Video IG TV yang diunggah oleh akun @sayurbox dapat dilihat dengan waktu yang cukup lama.

Tabel 4.11

Video IG TV yang diunggah oleh akun @sayurbox hanya menampilkan dengan waktu yang cukup singkat

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	8	17,4
2	Setuju	42	65,2
3	Tidak Setuju	12	17,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 8 orang atau 17,4% memilih sangat setuju dan 12 orang atau 17,4% memilih tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 42 orang atau 65,2% menyatakan setuju bahwa Video IG TV yang diunggah oleh akun @sayurbox hanya menampilkan dengan waktu yang cukup singkat.

d) Instagram Stories

Tabel 4.12

Konten yang diunggah melalui Instagram Stories @sayurbox dapat membantu konsumen dalam mendapatkan informasi mengenai Sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	32	56,9
2	Setuju	30	43,5
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 30 orang atau 43,5% memilih setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 32 orang atau 56,9% menyatakan sangat setuju bahwa konten yang diunggah melalui Instagram Stories @sayurbox dapat membantu konsumen dalam mendapatkan informasi mengenai Sayurbox.

Tabel 4.13

**Akun Instagram @sayurbox sering memposting konten
Instagram Stories yang berisi promo suatu produk**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	23	33,3
2	Setuju	39	66,7
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 23 orang atau 33,3% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 39 orang atau 66,7% menyatakan setuju bahwa akun Instagram @sayurbox sering memposting konten Instagram Stories yang berisi promo suatu produk.

Tabel 4.14

**Konten stories yang diunggah @sayurbox cukup simpel dan
mudah dipahami**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	27	23,5
2	Setuju	33	73,5
3	Tidak Setuju	1	1,5
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,5
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,5% memilih sangat tidak setuju, 1 orang atau 1,5% memilih tidak setuju dan 27 orang atau 23,5% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 33 orang atau 73,5% menyatakan setuju konten stories yang diunggah @sayurbox cukup simpel dan mudah dipahami.

e) Follow

Tabel 4.15

Melihat akun Instagram @sayurbox memiliki banyak followes sehingga dapat dipercaya

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	26	37,7
2	Setuju	34	59,4
3	Tidak Setuju	2	2,9
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 2 orang atau 2,9% memilih tidak setuju, dan sebanyak 26 orang atau 37,7% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 34 orang atau 59,4% menyatakan setuju akun Instagram @sayurbox memiliki banyak followes sehingga dapat dipercaya.

Tabel 4.16

Melihat akun Instagram @sayurbox memiliki banyak followers sehingga saya yakin membeli produk di aplikasi Sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	19	34,8
2	Setuju	37	56,5
3	Tidak Setuju	6	8,7
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 6 orang atau 8,7% memilih tidak setuju dan 19 orang atau 34,8% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 37 orang atau 56,5% menyatakan setuju akun Instagram @sayurbox memiliki banyak followers sehingga, yakin membeli produk di aplikasi Sayurbox.

Tabel 4.17

Memfollow akun @sayurbox karena informasi yang diberikan cukup menarik

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	13	29
2	Setuju	44	63,8
3	Tidak Setuju	5	7,2
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 5 orang atau 7,2% memilih tidak setuju dan 13 orang atau 29% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 44 orang atau 63,8% menyatakan setuju bahwa memfollow akun @sayurbox karena informasi yang diberikan cukup menarik.

Tabel 4.18

Memfollow akun @sayurbox karena ada banyak info tentang promo yang di unggah oleh akun instagram @sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	20	65,2
2	Setuju	38	29
3	Tidak Setuju	4	5,8
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 4 orang atau 5,8% memilih tidak setuju dan sebanyak 20 orang atau 29% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 38 orang atau 65,2% menyatakan setuju bahwa memfollow akun @sayurbox karena ada banyak info tentang promo yang di unggah oleh akun instagram @sayurbox.

f) Like

Tabel 4.19
Tertarik memberikan like diposting @sayurbox karena memiliki konten yang menarik

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	26,1
2	Setuju	42	71
3	Tidak Setuju	2	2,9
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 2 orang atau 2,9% memilih tidak setuju dan sebanyak 18 orang atau 26,1% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 42 orang atau 71% menyatakan setuju bahwa tertarik memberikan like diposting @sayurbox karena memiliki konten yang menarik.

Tabel 4.20
Tertarik untuk memberikan like diunggah @sayurbox yang memberikan informasi secara jelas

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	20	29
2	Setuju	42	71
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 20 orang atau 29% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 42 orang atau 71% menyatakan setuju bahwa tertarik untuk memberikan like diunggah @sayurbox yang memberikan informasi secara jelas.

Tabel 4.21
Memberikan like karena adanya banyak promo di akun
instagram @sayurbox.

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	15	21,7
2	Setuju	43	75,4
3	Tidak Setuju	2	2,9
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 2 orang atau 2,9% memilih tidak setuju dan sebanyak 15 orang atau 21,7% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 50 orang atau 75,4% menyatakan setuju bahwa memberikan like karena adanya banyak promo di akun instagram @sayurbox.

g) Comment

Tabel 4.22
Banyaknya komentar pada konten foto atau video yang diunggah
oleh @sayurbox membuat saya tertarik untuk mengetahui lebih
lanjut

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	17	24,6
2	Setuju	44	73,9
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju dan sebanyak 17 orang atau 24,6% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 44 orang atau 73,9% menyatakan setuju bahwa

banyaknya komentar pada konten foto atau video yang diunggah oleh @sayurbox membuat konsumen tertarik untuk mengetahui lebih lanjut.

Tabel 4.23

Konten yang diunggah oleh @sayurbox banyak memiliki komentar yang baik, sehingga saya percaya

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	13	18,8
2	Setuju	48	79,7
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4 memilih tidak setuju sebanyak 13 orang atau 18,8% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 48 orang atau 79,9% menyatakan setuju bahwa banyaknya komentar pada konten foto atau video yang diunggah oleh @sayurbox membuat konsumen tertarik untuk mengetahui lebih lanjut.

Tabel 4.24

Komentar yang relevan pada konten @sayurbox dapat di percaya

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	7	20,3
2	Setuju	54	78,3
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju dan sebanyak 7 orang atau 20,3% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 54 orang atau 78,7% menyatakan setuju bahwa komentar yang relevan pada konten @sayurbox dapat di percaya.

h) Caption

Tabel 4.25

Caption yang disampaikan oleh akun @sayurbox sangat jelas dalam memaparkan produknya

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	22	31,9
2	Setuju	39	66,7
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju dan sebanyak 21 orang atau 31,9% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 39 orang atau 66,7% menyatakan setuju bahwa caption yang disampaikan oleh akun @sayurbox sangat jelas dalam memaparkan produknya.

Tabel 4.26

Caption promosi produk seperti discount maupun gratis ongkir di akun Instagram @sayurbox jelas dan mudah dimengerti

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	17	24,6
2	Setuju	44	72,9
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju dan sebanyak 17 orang atau 24,6% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 44 orang atau 72,9% menyatakan setuju bahwa

caption promosi produk seperti discount maupun gratis ongkir di akun Instagram @sayurbox jelas dan mudah dimengerti.

Tabel 4.27

Merasa caption yang di tulis oleh akun @sayurbox unik

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	16	18,8
2	Setuju	46	76,8
3	Tidak Setuju	3	4,3
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 3 orang atau 4,3% memilih tidak setuju dan sebanyak 16 orang atau 18,8% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 46 orang atau 76,8% menyatakan setuju bahwa caption yang di tulis oleh akun @sayurbox unik.

3. Pernyataan variabel Y (Keputusan Penggunaan)

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

a) Pengenalan Masalah (Problem Recognition)

Tabel 4.28

Memilih Sayurbox karena kebutuhan yang saya perlukan seperti produk sayur, frozen food dengan mudah di dapatkan pada Instagram @sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	30,5
2	Setuju	36	65,2
3	Tidak Setuju	3	4,3
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 3 orang atau 4,3% memilih tidak setuju dan sebanyak 21 orang atau 30,5% sangat setuju. Dengan demikian, dalam

penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 36 orang atau 65,2% menyatakan setuju bahwa memilih Sayurbox karena kebutuhan yang konsumen perlukan seperti produk sayur, frozen food dengan mudah di dapatkan pada Instagram @sayurbox

Tabel 4.29

Saya tertarik dengan aplikasi Sayurbox karena mempermudah saya dalam berbelanja sayur dan kebutuhan dapur yang praktis

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	24	34,8
2	Setuju	37	63,8
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju dan sebanyak 24 orang atau 34,8% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 37 orang atau 63,8% menyatakan setuju bahwa tertarik dengan aplikasi Sayurbox karena mempermudah saya dalam berbelanja sayur dan kebutuhan dapur yang praktis.

Tabel 4.30

Membutuhkan pembelian di aplikasi sayurbox karena memudahkan saya dalam berbelanja melalui gadget

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	25	36,3
2	Setuju	36	62,3
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju dan sebanyak 25 orang atau 36,3% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 36 orang atau 62,3% menyatakan setuju bahwa

membutuhkan pembelian di aplikasi sayurbox karena memudahkan konsumen dalam berbelanja melalui.

Tabel 4.31

Memilih Sayurbox karena memberikan promo yang menarik

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	19	27,6
2	Setuju	42	71
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju dan sebanyak 19 orang atau 27,6% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 42 orang atau 71% menyatakan setuju bahwa memilih Sayurbox karena memberikan promo yang menarik.

b) Pencarian Informasi (*Information Search*)

Tabel 4.32

Ketika membutuhkan informasi produk tentang Sayurbox mencari tahu melalui akun Instagram @sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	22	31,9
2	Setuju	38	65,2
3	Tidak Setuju	2	2,9
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 2 orang atau 2,9% memilih tidak setuju dan sebanyak 22 orang atau 31,9% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 38 orang atau 65,2% menyatakan setuju bahwa ketika membutuhkan informasi produk tentang Sayurbox mencari tahu melalui akun Instagram @sayurbox.

Tabel 4.33

Ketika membutuhkan promo atau diskon lebih baik mencari informasi melalui akun Instagram @sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	24	34,8
2	Setuju	38	65,2
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 24 orang atau 34,8% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 38 orang atau 65,2% menyatakan setuju bahwa saat membutuhkan promo atau diskon lebih baik mencari informasi melalui akun Instagram @sayurbox.

Tabel 4.34

Mencari informasi lebih jelas mengenai Sayurbox, dengan membuka profile @sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	30,4
2	Setuju	41	69,6
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 21 orang atau 30,4% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 41 orang atau 69,6% menyatakan setuju bahwa saat mencari informasi lebih jelas mengenai Sayurbox, dengan membuka profile @sayurbox.

Tabel 4.35

Kadang mencari informasi promo di akun Instagram @sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	19	27,6
2	Setuju	42	71
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju dan sebanyak 19 orang atau 27,6% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 42 orang atau 71% menyatakan setuju bahwa mencari informasi promo di akun Instagram @sayurbox.

c) **Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternative*)**

Tabel 4.36

Sebelum melakukan pembelian di Sayurbox akan mengevaluasi produk yang akan dibeli

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	30,4
2	Setuju	40	68,2
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju dan sebanyak 21 orang atau 30,4% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 40 orang atau 68,2% menyatakan setuju bahwa Sebelum melakukan pembelian di Sayurbox saya akan mengevaluasi produk yang akan dibeli.

Tabel 4.37

Ketika membutuhkan informasi mengenai produk yang di jual oleh Sayurbox, maka saya aktif mencari tahu informasi melalui akun Instagram @sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	19	27,5
2	Setuju	41	69,6
3	Tidak Setuju	2	2,9
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 2 orang atau 2,9% memilih tidak setuju dan sebanyak 19 orang atau 27,5% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 41 orang atau 69,6% menyatakan setuju bahwa ketika konsumen sangat membutuhkan informasi mengenai produk yang di jual oleh Sayurbox, maka saya aktif mencari tahu informasi melalui akun Instagram @sayurbox.

Tabel 4.38

Ketika ingin membeli produk di Sayurbox terlebih dahulu akan membandingkan dengan E-Commerce lainnya

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	22	31,9
2	Setuju	28	63,8
3	Tidak Setuju	2	2,9
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih sangat tidak setuju, dan 2 orang atau 2,9% memilih tidak setuju, sebanyak 22 orang atau 31,9% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 28 orang atau 63,8% menyatakan setuju bahwa Ketika ingin membeli produk di Sayurbox terlebih dahulu akan membandingkan dengan E-Commerce lainnya.

Tabel 4.39
Merasa sayurbox menguntungkan konsumen karena memberikan promo yang lebih banyak

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	30,4
2	Setuju	40	68,1
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju dan 21 orang atau 30,4% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 40 orang atau 68,1% menyatakan setuju bahwa merasa sayurbox menguntungkan konsumen karena memberikan promo yang lebih banyak.

d) Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

Tabel 4.40
Setelah melakukan evaluasi, sangat tertarik dengan produk di Sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	30,4
2	Setuju	41	69,6
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 21 orang atau 30,4%. Memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 41 orang atau 69,6% menyatakan setuju bahwa setelah melakukan evaluasi, konsumen sangat tertarik dengan produk di Sayurbox.

Tabel 4.41
Memutuskan untuk membeli produk di Sayurbox karena dapat mengatasi kebutuhan saya, seperti kebutuhan dapur

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	15	21,7
2	Setuju	46	76,8
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju, dan sebanyak 15 orang atau 21,7. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers @sayurbox* sebanyak 46 orang atau 76,8% menyatakan setuju bahwa memutuskan untuk membeli produk di Sayurbox karena dapat mengatasi kebutuhan saya, seperti kebutuhan dapur.

Tabel 4.42
Merasa metode pembayaran yang di sediakan oleh Sayurbox sangat mudah dan gampang, karena menggunakan metode non-tunai dan COD (Cash On Delivery)

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	25	36,3
2	Setuju	31	59,4
3	Tidak Setuju	2	2,9
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih sangat tidak setuju, 2 orang atau 2,9% memilih tidak setuju, dan sebanyak 25 orang atau 36,3% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers @sayurbox* sebanyak 31 orang atau 59,4% menyatakan setuju bahwa metode pembayaran yang di sediakan oleh Sayurbox sangat mudah dan gampang, karena menggunakan metode non-tunai dan COD (*Cash On Delivery*).

Tabel 4.43

Tertarik untuk membeli kebutuhan dapur di aplikasi Sayurbox karena. Sayurbox menyediakan bahan pangan yang bagus

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	30,4
2	Setuju	40	66,2
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4 memilih tidak setuju dan sebanyak 21 orang atau 30,4% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 40 orang atau 66,2% menyatakan setuju bahwa tertarik untuk membeli kebutuhan dapur di aplikasi Sayurbox karena. Sayurbox menyediakan bahan pangan yang bagus.

e) Perilaku Pasca Pembelian (*Postpurchase Behavior*)

Tabel 4.44

Merasa senang dan puas atas produk yang di jualkan oleh Sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	26,1
2	Setuju	44	73,9
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 18 orang atau 26,1%. memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 44 orang atau 73,9% menyatakan setuju bahwa konsumen merasa senang dan puas atas produk yang di jualkan oleh Sayurbox.

Tabel 4.45
Suka dengan promo yang di berikan oleh Sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	30,4
2	Setuju	41	69,6
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 21 orang atau 30,4% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 41 orang atau 69,6% menyatakan setuju bahwa konsumen suka dengan promo yang di berikan oleh Sayurbox.

Tabel 4.46
Akan melakukan pembelian ulang di aplikasi Sayurbox

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	24	34,8
2	Setuju	36	62,4
3	Tidak Setuju	1	1,4
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,4
	Total	62	100

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Maret 2022

Berdasarkan tabel di atas, 1 orang atau 1,4% memilih sangat tidak setuju dan 1 orang atau 1,4% memilih tidak setuju. dan sebanyak 24 orang atau 34,8% memilih sangat setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa mayoritas *followers* @sayurbox sebanyak 36 orang atau 62,4% menyatakan setuju bahwa konsumen akan melakukan pembelian ulang di aplikasi Sayurbox.

4. Rekapitulasi Variabel X dan Y

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X yakni konten Instagram, berdasarkan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.47
Rekapitulasi variabel X (Konten Instagram)

Pernyataan	Mean
Pernyataan 1	3,48
Pernyataan 2	3,42
Pernyataan 3	3,39
Pernyataan 4	3,27
Pernyataan 5	3,35
Pernyataan 6	3,34
Pernyataan 7	3,37
Pernyataan 8	3,24
Pernyataan 9	3,98
Pernyataan 10	3,44
Pernyataan 11	3,32
Pernyataan 12	3,20
Pernyataan 13	3,34
Pernyataan 14	3,26
Pernyataan 15	3,18
Pernyataan 16	3,23
Pernyataan 17	3,23
Pernyataan 18	3,27
Pernyataan 19	3,18
Pernyataan 20	3,23
Pernyataan 21	3,16
Pernyataan 22	3,18
Pernyataan 23	3,31
Pernyataan 24	3,21
Pernyataan 25	3,13
Jumlah	81,70
Rata-rata	3,27

Terlihat dari tabel diatas berdasarkan hasil rekapitulasi pada variabel X maka dapat dilihat bahwa nilai terendah yaitu pada pernyataan ke 25 sebesar 3,13 dengan isi pernyataan “Saya merasa caption yang ditulis oleh akun @sayurbox unik”, sedangkan nilai tertinggi yaitu pada pernyataan ke

9 sebesar 3,98 dengan isi pernyataan “Video IG TV yang diunggah oleh akun @sayurbox hanya menampilkan dengan waktu yang cukup singkat”

Tabel 4.48

Rekapitulasi variabel Y (Keputusan Penggunaan)

Pernyataan	Mean
Pernyataan 1	3,29
Pernyataan 2	3,32
Pernyataan 3	3,48
Pernyataan 4	3,42
Pernyataan 5	3,39
Pernyataan 6	3,32
Pernyataan 7	3,24
Pernyataan 8	3,32
Pernyataan 9	3,27
Pernyataan 10	3,34
Pernyataan 11	3,29
Pernyataan 12	3,23
Pernyataan 13	3,29
Pernyataan 14	3,24
Pernyataan 15	3,29
Pernyataan 16	3,31
Pernyataan 17	3,29
Pernyataan 18	3,19
Pernyataan 19	3,34
Jumlah	62,87
Rata-rata	3,31

Terlihat dari tabel diatas berdasarkan hasil rekapitulasi pada variabel Y maka dapat dilihat bahwa nilai terendah yaitu pada pernyataan ke 18 sebesar 3,19 dengan isi pernyataan “Saya suka dengan promo yang diberikan oleh Sayurbox”, sedangkan nilai tertinggi yaitu pada pernyataan ke 3 sebesar 3,48 dengan isi pernyataan “Saya membutuhkan pembelian di aplikasi Sayurbox karena memudahkan saya dalam berbelanja melalui gadget”

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi linear sederhana dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel X (Konten Instagram) dan variabel Y (Keputusan Penggunaan). Berikut perhitungan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 20 *for windows*.

Tabel 4.49

Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,863 ^a	,745	,741	3,110
a. Predictors: (Constant), Konten Instagram				

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal satu variabel *independent* (X) dengan satu variabel *dependent* (Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel *pengaruh konten Instagram* terhadap keputusan penggunaan aplikasi sebesar 0,863 yang artinya variabel konten instagram berpengaruh **kuat** dengan keputusan penggunaan aplikasi. Hal tersebut dapat diketahui dari:

- a. 0,00 - 0,20 = sangat rendah atau sangat lemah
- b. 0,20 – 0,40 = rendah atau lemah
- c. 0,40 – 0,70 = cukup atau sedang
- d. 0,70 – 0,90 = tinggi atau kuat
- e. 0,90 – 1,00 = sangat tinggi atau sangat kuat

Sedangkan R square (koefisien determinasi) dapat dibaca bahwa nilai R square sebesar 0,745. Angka tersebut dapat dikatakan bahwa pengaruh konten Instagram terhadap keputusan penggunaan aplikasi adalah sebesar

74,5% sementara sisanya 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Artinya Konten Instagram cukup berpengaruh pada keputusan penggunaan aplikasi.

Tabel 4.50

Coefficients

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,238	4,296		1,452	,152
Konten Instagram	,694	,052	,863	13,237	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Aplikasi

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Keterangan persamaan regresi :

$$Y = a + bX$$

Diketahui :

Y : Keputusan Penggunaan Aplikasi

X : Konten Instagram

a : angka konstan pada penelitian ini sebesar 6,238

b : angka koefisien pada penelitian ini sebesar 694

berdasarkan keterangan persamaan regresi linear sederhana diatas maka

persamaan regresinya menjadi $Y = 6,238 + 694 X$. Apabila nilai $X = 0$

maka $Y = 6,238$, dan jika $X = 1$ maka $Y = 6,932$.

6. Koefisien Regresi (Uji t)

Analisis uji regresi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu Konten Instagram terhadap variabel dependent (Y) yaitu keputusan penggunaan aplikasi yang diuji pada tingkat signifikansi 0,1 dan derajat kebebasan n-2 yang dihitung menggunakan rumus uji t.

a. Jika t hitung > t tabel H_0 ditolak dan H_a diterima (ada pengaruh)

b. Jika t hitung $<$ tabel H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak ada pengaruh)

Rumus uji t :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan Y (dalam penelitian 0,863)

n = jumlah sampel (dalam penelitian ini 62)

maka perhitungannya adalah :

$$t = \frac{0,863\sqrt{(62-2)}}{\sqrt{1-0,863^2}}$$

$$t = \frac{0,863\sqrt{(60)}}{\sqrt{1-0,863^2}}$$

$$t = \frac{0,863 \times 7,745}{\sqrt{1-0,744}}$$

$$t = \frac{0,863 \times 7,745}{\sqrt{0,256}}$$

$$t = \frac{6,683}{0,505}$$

$$t = 13,233$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan, nilai t hitung yaitu 13,233. Sedangkan dengan nilai t tabel dengan taraf kepercayaan 90% atau nilai signifikansi 10% dapat dicari sesuai dengan jumlah responden. Dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 62, maka derajat bebasnya (df) $n - 2 = 62 - 2 = 60$. Dengan derajat kebebasan 50 dan tingkat signifikansi 10% maka didapatkan t -hitung 13,233 dan t -tabel 1,671.

Karena nilai t -hitung 13,233 $>$ t -tabel 1,671 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara Konten Instagram Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Sayurbox.

Tabel 4.51**ANOVA**

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1694,693	1	1694,693	175,230	,000 ^b
Residual	580,275	60	9,671		
Total	2274,968	61			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Aplikasi
b. Predictors: (Constant), Konten Instagram

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Berdasarkan tabel Anova diatas dapat dilihat hasil angka F sebesar 175,230 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 karena angka probabilitas $0,000 < 0,05$, maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi pengaruh Konten Instagram Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Sayubox.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini membahas pengaruh dua variabel yaitu konten Instagram (X) dan keputusan penggunaan aplikasi (Y). Media sosial Instagram digunakan oleh Sayurbox untuk memasarkan produknya dan membuat para *followers* nya melakukan keputusan penggunaan.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki 62 responden yang telah menginstal aplikasi dan membeli bahan makanan di website ataupun aplikasi Sayurbox. Responden ini merupakan followers dari Instagram @sayurbox dan telah berkomentar pada tanggal 1 – 28 Februari 2022. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dan analisis data dapat dijelaskan bahwa responden laki-laki sebesar 26,2% dan mayoritas responden perempuan 73,8% (tabel 4.2).

Menurut (Sulianta 2015:119-120). Instagram adalah layanan berbasis internet sekaligus jejaring sosial untuk berbagi cerita via gambar digital. Para pengguna gadget kerap kali menggunakan jejaring ini untuk

langsung berbagi hasil jepretan mereka. Tidak jarang orang-orang menggunakannya sebagai sarana berjualan online

Berdasarkan dari teori yang digunakan untuk mengukur Konten Instagram memiliki dimensi yaitu, Profile, Feed, IG TV, Instagram Stories, Follow, Like, Comment, Caption. Menurut (Miles 2019:29-153). Berdasarkan teori yang ada, maka hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa konten instagram dapat dilihat dari pernyataan pada variabel X pada kuesioner penelitian. Secara keseluruhan responden menilai dimensi Profile, Feed, IG TV, Instagram Stories, Follow, Like, Comment, Caption. Pada akun Instagram @sayurbox tergolong setuju, hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel X (Konten Instagram) sebesar 3,27.

Schiffman dan Kanuk (2010) dalam buku Perilaku Konsumen (Sumarwan 2014:357) mendefinisikan suatu keputusan sebagai memilih suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.

Menurut Sangadji dan Sopiah (Sangadji and Sopiah 2013:24) Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran, pengambilan keputusan merupakan hal yang penting dilakukan dalam proses pembelian karena didalam proses tersebut membuat berbagai langkah yang terjadi secara berurutan sebelum konsumen mengambil keputusan untuk membeli.

Menurut pemahaman yang paling umum, sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Menurut (Kotler dan Keller 2016: 195) terdapat lima proses keputusan pembelian yang dilalui oleh setiap individu dalam melakukan pembelian, yaitu, Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian. Dan Tingkah Laku Pasca Pembelian. Berdasarkan teori yang ada, maka hasil penelitian yang telah dibuktikan didapatkan hasil bahwa secara keseluruhan responden menilai dimensi keputusan pembelian yaitu, Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, dan Tingkah Laku Pasca Pembelian tergolong setuju, hal ini ditunjukkan

dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Y (Keputusan Penggunaan Aplikasi) sebesar 3,31.

Hipotesis berdasarkan hasil penelitian yang telah dibuktikan maka didapatkan hasil bahwa memang adanya pengaruh Konten Instagram terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Sayurbox. Dari hasil analisis statistik regresi linear sederhana diperoleh nilai korelasi (r) sebesar 0,863, yang artinya hubungan atau korelasi antara variabel X (Konten Instagram) berpengaruh kuat dengan variabel Y (Keputusan Penggunaan Aplikasi).

Diperoleh R Square sebesar 0,745 artinya sebesar 74,5% keputusan penggunaan aplikasi Sayurbox dipengaruhi oleh adanya dukungan konten Instagram sedangkan sisanya 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Nilai R Square menunjukkan angka 0,745 atau 74,5% artinya konten Instagram berpengaruh Kuat terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Sayurbox.

Hasil uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} = 13,233$ dengan $df = 62 - 2 = 60$ dan $t_{tabel} = 1,671$. Karena $t_{hitung} (13,233) > t_{tabel} (1,671)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, maka terdapat pengaruh konten Instagram terhadap keputusan penggunaan aplikasi Sayurbox dan terbukti signifikan.