

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**



**Gambar 4.1 Logo brand L by lcb**

Sumber: <https://www.lbylcb.com/>

#### **IV.1. Profil Dan Sejarah**

Berdasarkan dari Artyas, Yasmin menyatakan bahwa, jika kamu follow Laudya Cynthia Bella di Instagram, pastinya sudah tahu dengan brand hijab yang satu ini. L by LCB baru diluncurkan tanggal 31 Oktober ditahun 2017. Brand L by lcb berfokus ke pasar muslimah dengan menghadirkan pakaian muslimah yang nyaman dan juga elegan, brand L mengusung untuk hijab premium. Brand L menyediakan 3 bahan yang saat ini sedang hits yakni: (maxmara,voal dan organza) yang tersedia dengan berbagai warna. brand L juga memiliki offline store juga yang terdapat di Jakarta, Bandung, Banjarmasin, Jambi, Padang, Pekanbaru,Samarinda. Selain itu brand L pun sudah memiliki website yang bisa gunakan konsumen jika ingin membeli dan mendapat informasi tentang produk yang ingin dibeli, lalu ada juga sosial media hingga e-commerce yang bisa kita gunakan jika ingin membeli produk brand L.



**Gambar 4.2 Produk hijab L by lcb**

Sumber: <https://www.lbylcb.com/>

Laudya Cynthia Bella merupakan seorang aktris, model dan penyanyi, ia juga pernah tergabung dalam sebuah grup musik yang bernama (BBB) bukan bintang biasa besutan melly goeslaw. Selain itu brand L pun menjual hijab, dress muslim, aksesoris, tas, mukena hingga Al Quran. Brand L by lcb mengusung merek dengan tema cinta “love love” dan untuk lcb yaitu dari nama sang pemilik yaitu Laudya Cyhtia Bella. Untuk harga produk brand L by lcb ini berkisar Rp. 50.000 hingga yang paling mahalnya Rp. 2.500.000.

Sebenarnya sang pemilik yaitu bella ingin membuat brand hijab sendiri sudah sejak tiga tahun lalu, namun keinginan tersebut baru bisa terealisasi di tahun 2017. Bella mengaku bahwa ide untuk membuat brand dan desain hijab ini datang saat ia sedang mempersiapkan pernikahannya. Saat mempersiapkan pernikahan, bella mendapat ide untuk mendesain hijab bertemakan *lace* (renda). Meski tergolong pemain baru di *industri fashion*, namun kiprah L by LCB terbilang luar biasa. Buktinya saja baru 4 bulan brand L ini rilis sudah mengantoni untung sekitar 40%. Karena desain minimalis dengan sentuhan warna-warna lembut seperti :(orange, latte, dusty pink) menjadikan hijab L by LCB disukai hijaber tanah air.

Untuk desainnya sendiri, Bella yang dibantu tim *desainer fashion* dan *desainer grafis*, membuat *pattern* (pola) khusus yang membuatnya berbeda dari kebanyakan brand hijab. Signature desain brand hijab L by LCB ialah *wash painting* yang membuatnya terlihat seperti lukisan.

## IV.2. Deskripsi Hasil Penelitian

### IV.2.1. Identitas Responden

Pada penelitian ini terdapat 60 responden yaitu dari followers instagram Fashion Muslim Brand L BY Laudya Cynthia Bella @Lbylcb. Untuk mengetahui hasil dari responden, maka peneliti akan membagi beberapa identitas responden sebagai berikut:

#### IV.2.1.1. Jenis Kelamin

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin**

**N: 60**

Jenis kelamin	frekuensi	Presentase(%)
Perempuan	59	98,3%
Laki-laki	1	1,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Tabel 4.1 di atas memperlihatkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah laki-laki yaitu 1 orang atau 1,7% dibandingkan dengan responden perempuan sebanyak 59 orang atau 98,3%.

#### IV.2.1.2. Usia

**Tabel 4.2 Usia**

**N: 60**

Usia	Frekuensi	Presentase
15-25	46	76,7%
26-35	7	11,7%
36-45	6	10%

>45	1	1,6%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Tabel 4.2 di atas memperlihatkan bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini berusia 15-25 tahun yaitu sebesar 46 orang atau 76,7%, responden berusia 26-35 tahun yaitu 7 orang atau 11,7%, responden berusia 36-45 tahun yaitu 6 orang atau 10%, responden >45 yaitu 1 orang atau 1,6%.

#### IV.2.1.3. Status Sosial

**Tabel 4.3 Status Sosial**

**N: 60**

Status sosial	Frekuensi	Presentase
Mahasiswa	42	70%
Pekerja	13	21,7%
Ibu rumah tangga	5	8,3%
pelajar	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Tabel 4.3 di atas memperlihatkan bahwa status sosial terbanyak adalah mahasiswa sebesar 42 orang atau 70%, pekerja sebesar 13 orang atau 21,7%, ibu rumah tangga sebesar 5 orang atau 8,3% dan untuk pelajar tidak ada yang memilih.

#### IV.2.2. Pernyataan Variabel X (Konten Instagram)

##### IV.2.2.1. *Hashtag*

**Tabel 4.4 Pernyataan 1**

**Konten instagram @Lbylcb sering menggunakan fitur hashtag.**

**N: 60**

Pernyataan 1	Frekuensi	Presentase
--------------	-----------	------------

Sangat setuju	15	25%
Setuju	45	75%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.4, menunjukan bahwa sebanyak 15 orang atau 25% mengatakan sangat setuju, 45 orang atau 75 % menyatakan setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa di instagram @Lbylcb sering menggunakan hastag di setiap kontennya.

**Tabel 4.5 Pernyataan 2**  
**fitur hastag @Lbylcb memudahkan followers menemukan foto.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	18	30%
Setuju	39	65%
Tidak setuju	3	5%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.5, menunjukan bahwa sebanyak 18 orang atau 30% menyatakan sangat setuju, 39 orang atau 65% mengatakan setuju, 3 orang atau 5 % mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di

simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa followers @Lbylcb mudah menemukan foto dengan hastag tertentu.

**Tabel 4.6 Pernyataan 3**  
**konten instagram @Lbylcb menggunakan hastag yang sama.**  
**N: 60**

<b>Pernyataan 3</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	13	21,7%
Setuju	38	63,3%
Tidak setuju	9	15%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.6, menyatakan bahwa sebanyak 13 orang atau 21,7% mengatakan sangat setuju, 38 orang atau 63,3% menyatakan setuju, 9 orang atau 15% menyatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa di setiap konten instagram @ Lbylcb selalu menggunakan hastag yang sama.

#### **IV.2.2.2. Caption**

**Tabel 4.7 Pernyataan 4**  
**Caption yang digunakan @Lbylcb mengandung pesan informatif**  
**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	17	28,3%
Setuju	43	71,7%
Tidak setuju	-	-

Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.7 menyatakan bahwa sebanyak 17 orang atau 28,3% mengatakan sangat setuju, 43 orang atau 71,7% mengatakan setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa caption yang digunakan di setiap konten @Lbylcb mengandung pesan yang informatif.

**Tabel 4.8 Pernyataan 5**

**Caption yang digunakan konten @Lbylcb menarik.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	15	25%
Setuju	41	68,3%
Tidak setuju	4	6,7%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.8 menyatakan bahwa sebanyak 15 orang atau 25% mengatakan sangat setuju, 41 orang atau 68,3% mengatakan setuju, 4 orang atau 6,7% menyatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa caption yang digunakan konten @ Lbylcb menarik.

#### **IV.2.2.3. Follow**

**Tabel 4.9 Pernyataan 6**

**Followers instagram @Lbylcb memiliki followers 630.000.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	12	20%
Setuju	47	78,3%
Tidak setuju	1	1,7%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.9 menyatakan bahwa 12 orang atau 20% mengatakan sangat setuju, 47 orang atau 78,3% mengatakan setuju, 1 orang atau 1,7% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Followers instagram @Lbylcb memiliki followers 630.000. Dan dengan memiliki followers yang lumayan banyak menandakan bahwa brand L by lcb disambut baik oleh para pecinta fashion muslim di Indonesia dan juga di minati karena warna dan motif motif nya yang elegan ketika dipakai.

#### **IV.2.2.4. Like**

**Tabel 4.10 Pernyataan 7**

**Banyaknya like @lbylcb menandakan Bahwa unggahan populer.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	17	28,3%
Setuju	39	65%

Tidak setuju	4	6,7%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.11 menyatakan bahwa 17 orang atau 28,3% mengatakan sangat setuju, 39 orang atau 65% mengatakan setuju, 4 orang atau 6,7% mengatakan sangat tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa banyaknya jumlah like di setiap unggahan menandakan unggahan tersebut populer.

**Tabel 4.12 Pernyataan 8**  
**Like di unggahan @lbylcb mempengaruhi**  
**keputusan pembelian.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	17	28,3%
Setuju	34	56,7%
Tidak setuju	8	13,3%
Sangat tidak setuju	1	1,7%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.12 menyatakan bahwa 17 orang atau 28,3% mengatakan sangat setuju, 34 orang atau 56,7% mengatakan setuju, 8 orang atau 13,3% mengatakan tidak setuju, 1 orang atau 1,7% mengatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Jumlah like di setiap unggahan @lbylcb dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

#### IV.2.2.5. *Comment*

**Tabel 4.13 Pernyataan 9**

**komentar unggahan @lbylcb mempengaruhi keputusan pembelian.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	17	28,3%
Setuju	39	65%
Tidak setuju	4	6,7%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.13 menyatakan bahwa 17 orang atau 28,3% mengatakan sangat setuju, 39 orang atau 65% mengatakan setuju, 4 orang atau 6,7% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Jenis komentar di unggahan @lbylcb dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

**Tabel 4.14 Pernyataan 10**

**Unggahan dengan komentar terbanyak menandakan bahwa paling diminati followers.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	17	28,3%
Setuju	41	68,3%
Tidak setuju	2	3,4%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.14 menyatakan bahwa 17 orang atau 28,3% mengatakan sangat setuju, 41 orang atau 68,3% mengatakan setuju, 2 orang atau 3,4% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Unggahan dengan komentar terbanyak di akun instagram @lbylcb menandakan bahwa paling di minati followers.

#### **IV.2.2.5. Profile**

**Tabel 4.15 Pernyataan 11**

**Akun instagram @lbylcb bertanda ceklis biru.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	24	40%
Setuju	35	58,3%
Tidak setuju	1	1,7%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat ditabel 4.15 menyatakan bahwa 24 orang atau 40% mengatakan sangat setuju, 35 orang atau 58,3% mengatakan setuju, 1 orang atau 1,7% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Akun instagram @lbylcb bertanda ceklis biru. Dengan sebuah akun instagram sudah bertanda ceklis biru maka itu menjadi nilai plus bagi brand tersebut, karena dengan ceklis biru menandakan kalau akun brand tersebut sudah terverifikasi oleh instagram dan para followers pun tidak ragu lagi itu melakukan pembelian.

**Tabel 4.16 Pernyataan 12**  
**Akun instagram @lbylcb merupakan akun bisnis.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	22	36,7%
Setuju	37	61,7%
Tidak setuju	1	1,6%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.16 menyatakan bahwa 22 orang atau 36,7% mengatakan sangat setuju, 37 orang atau 61,7% mengatakan setuju, 1 orang atau 1,6% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Akun instagram @lbylcb merupakan akun bisnis.

**Tabel 4.17 Pernyataan 13**  
**Akun instagram @lbylcb mengandung informasi**  
**didalam nya.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 3</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	16	26,7%
Setuju	42	70%

Tidak setuju	2	3,3%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.17 menyatakan bahwa 16 orang atau 26,7% mengatakan sangat setuju, 42 orang atau 70% mengatakan 70% mengatakan setuju, 2 orang atau 3,3% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Akun instagram @lbylcb mengandung pesan informasi di dalamnya.

#### IV.2.2.6. *Sharing*

**Tabel 4.18 Pernyataan 14**

**Jika unggahan @lbylcb menarik maka akan saya bagikan ke teman atau kerabat.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	12	20%
Setuju	40	66,7%
Tidak setuju	7	11,7%
Sangat tidak setuju	1	1,6%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.18 menyatakan bahwa 12 orang atau 20% mengatakan sangat setuju, 40 orang atau 66,7% mengatakan setuju, 7 orang atau 11,7% mengatakan tidak setuju, 1 orang atau 1,6% mengatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden

menyatakan setuju bahwa unggahan @lbylcb menarik maka saya akan membagikan unggahan tersebut ke teman atau kerabat.

**Tabel 4.19 Pernyataan 15**

**Fitur share ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	14	23,3%
Setuju	40	66,7%
Tidak setuju	6	10%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.19 menyatakan bahwa 14 orang atau 23,3% mengatakan sangat setuju, 40 orang atau 66,7% mengatakan setuju, 6 orang atau 10% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Fitur share ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

**iv.2.2.7. Saved**

**Tabel 4.20 Pernyataan 16**

**Jika unggahan @Lbylcb menarik perhatian saya  
maka saya simpan.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	14	23,3%

Setuju	38	63,3%
Tidak setuju	8	13,3%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat dari tabel 4.20 menyatakan bahwa 14 orang atau 23,3% mengatakan sangat setuju, 38 orang atau 63,3% mengatakan setuju, 8 orang atau 13,3% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Jika unggahan di instagram @Lbylcb menarik maka unggahan tersebut saya simpan. Dengan bisanya konten disimpan akan mempermudah followers disaat ingin membeli produk yang di inginkan.

**Tabel 4.21 Pernyataan 17**

**Fitur simpan mempengaruhi keputusan pembelian.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	15	25%
Setuju	35	58,3%
Tidak setuju	10	16,7%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.21 menyatakan bahwa 15 orang atau 25% mengatakan sangat setuju, 35 orang atau 58,3% mengatakan bahwa setuju, 10 orang atau 16,7% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Fitur simpan mempengaruhi keputusan pembelian.

#### IV.2.2.8. IGTV

**Tabel 4.22 Pernyataan 18**

**Unggahan igtv yang paling banyak ditonton termasuk populer**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	13	21,7%
Setuju	44	73,3%
Tidak setuju	3	5%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.22 menyatakan bahwa 13 orang atau 21,7% mengatakan sangat setuju, 44 orang atau 73,3% mengatakan setuju, 3 orang atau 5% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Unggahan igtv yang paling banyak ditonton termasuk populer.

**Tabel 4.23 Pernyataan 19**

**Kualitas igtv @lbylcb termasuk bagus dan menarik.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
---------------------	------------------	-------------------

Sangat setuju	14	23,3%
Setuju	45	75%
Tidak setuju	1	1,7%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.23 menyatakan bahwa 14 orang atau 23,3% mengatakan sangat setuju, 45 orang atau 75% mengatakan setuju, 1 orang atau 1,7% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Kualitas igtv dari akun instagram @lbylcb termasuk bagus dan menarik.

#### IV.2.2.9. IG Reels

**Tabel 4.24 Pernyataan 20**

**Video reels @lbylcb yang populer mempengaruhi keputusan pembelian.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	15	25%
Setuju	43	71,7%
Tidak setuju	2	3,3%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat ditabel 4.24 ditabel menyatakan bahwa 15 orang atau 25% mengatakan sangat setuju, 43 orang atau 71,7% mengatakan setuju, 2 orang atau 3,3% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun

responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Video reels @lbylcb populer dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

**Tabel 4.25 Pernyataan 21**

**Video reels @lbylcb memiliki kualitas vidio yang bagus.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	15	25%
Setuju	43	71,7%
Tidak setuju	2	3,3%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat ditabel 4.25 menyatakan bahwa 15 orang atau 25% mengatakan sangat setuju, 43 orang atau 71,7% mengatakan setuju, 2 orang atau 3,3% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Video reels @lbylcb memiliki kualitas vidio yang bagus.

**Tabel 4.26 Pernyataan 22**

**Video reels @lbylcb memuat koleksi -koleksi terbaru dan trendy dari brand L by lcb.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 3</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	14	23,3%
Setuju	45	75%

Tidak setuju	1	1,7%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.26 menyatakan bahwa 14 orang atau 23,3% mengatakan sangat setuju, 45 orang atau 75% mengatakan setuju, 1 orang atau 1,7% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Video reels @lbylcb memuat koleksi koleksi terbaru dan trendy dari brand L by lcb.

#### IV.2.2.10. Foto

**Tabel 4.27 Pernyataan 23**

**Unggahan @lbylcb memiliki kualitas foto yang bagus.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	19	31,7%
Setuju	40	66,7%
Tidak setuju	1	1,6%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.27 menyatakan bahwa 19 orang atau 31,7% mengatakan sangat setuju, 40 orang atau 66,7% mengatakan setuju, 1 orang atau 1,6% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Unggahan di instagram @lbylcb memiliki kualitas foto yang bagus. Dengan suatu akun instagram

bisnis memiliki foto foto konten bagus maka itu menjadi nilai plus bagi akun tersebut, karena dengan itu para followers akan tertarik dan melakukan keputusan pembelian.

**Tabel 4.28 Pernyataan 24**  
**Unggahan @lbylcb yang berupa foto menyajikan**  
**koleksi baru.**  
**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	17	28,3%
Setuju	43	71,7%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat ditabel 4.28 menyatakan bahwa 17 orang atau 28,3% sangat setuju, 43 orang atau 71,7% mengatakan setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Unggahan unggahan @lbylcb yang berupa foto menyajikan koleksi baru.

#### **IV.2.3. Pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembelian)**

##### **IV.2.3.1. Pengenalan Kebutuhan**

**Tabel 4.29 Pernyataan 25**

**Saya membeli brand fashion muslim L by lcb karena rasa keinginan.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	11	18,3%
Setuju	42	70%
Tidak setuju	7	11,7%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.29 menyatakan bahwa 11 orang atau 18,3% mengatakan sangat setuju, 42 orang atau 70% mengatakan setuju, 7 orang atau 11,7% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa mereka Saya membeli brand fashion muslim L by lcb ialah karena rasa keinginan.

**Tabel 4.30 Pernyataan 26**

**Saya membeli brand L by lcb karena kebutuhan yang saya perlukan.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	14	23,3%
Setuju	43	71,7%
Tidak setuju	3	5%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat dari tabel 4.30 menyatakan bahwa 14 orang atau 23,3% mengatakan sangat setuju, 43 orang atau 71,7% mengatakan setuju, 3 orang

atau 5% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa membelinya brand fashion muslim L by lcb karena kebutuhan yang saya perlukan seperti: baju,kerudung beserta dalemannya dan mukena.

**Tabel 4.31 Pernyataan 27**

**Saya membeli brand L by lcb ialah karena harga nya masih cukup terjangkau bagi saya.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 3</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	9	15%
Setuju	44	73,3%
Tidak setuju	7	11,7%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.31 menyatakan bahwa 9 orang atau 15% mengatakan sangat setuju, 44 orang atau 73,3% mengatakan setuju, 7 orang atau 11,7% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa membeli brand fashion muslim L by lcb ialah karena harga nya masih cukup terjangkau bagi saya.

#### **IV.2.3.2. Pencarian Informasi**

**Tabel 4.32 Pernyataan 28**

**Sebelum membeli brand L by lcb saya mencari informasi terlebih dahulu.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	14	23,3%
Setuju	41	69,3%
Tidak setuju	5	7,4%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.32 menyatakan bahwa 14 orang atau 23,3% mengatakan sangat setuju, 41 orang atau 69,3% mengatakan setuju, 5 orang atau 8,3% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Sebelum membeli brand fashion muslim L by lcb saya mencari informasi terlebih dahulu. Dengan kita mencari informasi tentang suatu brand maka akan membuat kita paham akan produk apa yang akan kita perlukan.

**Tabel 4.33 Pernyataan 29**

**Saya mendapatkan informasi brand L by lcb melalui instagram sang pemilik yaitu @laudyacynthiabella.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	16	26,7%
Setuju	33	55%

Tidak setuju	11	18,3%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.33 menyatakan bahwa 16 orang atau 26,7% mengatakan sangat setuju, 33 orang atau 55% mengatakan setuju, 11 orang atau 18,3% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Saya mendapatkan informasi brand L by lcb melalui instagram sang pemilik yaitu @laudyacynthiabella.

**Tabel 4.34 Pernyataan 30**  
**Sebelum membeli brand L by lcb saya menyesuaikan dengan keinginan saya.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 3</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	20	33,3%
Setuju	38	63,3%
Tidak setuju	2	3,4%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.34 menyatakan bahwa 20 orang atau 33,3% mengatakan sangat setuju, 38 orang atau 63,3% mengatakan setuju, 2 orang atau 3,4% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Sebelum membeli brand fashion muslim L by lcb saya menyesuaikan dengan keinginan saya.

#### IV.2.3.3. Evaluasi Alternatif

**Tabel 4.35 Pernyataan 31**

**Sebelum membeli brand L by lcb saya membandingkan terlebih dahulu dengan brand fashion muslim lainnya.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	14	23,3%
Setuju	38	63,3%
Tidak setuju	8	13,4%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4. 35 menyatakan bahwa 14 orang atau 23,3% mengatakan sangat setuju,38 orang atau 63,3% mengatakan setuju, 8 orang atau 13,4% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Sebelum membeli brand L by lcb saya membandingkan terlebih dahulu dengan brand fashion muslim lainnya.

**Tabel 4.36 Pernyataan 32**

**Saya membeli brand L by lcb karena merasa adanya perbedaan koleksi,motif serta warnanya dengan brand lainnya.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	16	26,7%
Setuju	40	66,7%
Tidak setuju	4	6,6%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.36 menyatakan bahwa 16 orang atau 26,7% mengatakan sangat setuju, 40 orang atau 66,7% mengatakan setuju, 4 orang atau 6,6% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Saya membeli brand L by lcb ialah karena merasa adanya perbedaan koleksi,motif serta warnanya dengan brand lainnya.

**Tabel 4.37 Pernyataan 33**  
**Saya membandingkan brand L by lcb dengan cara kelebihan dan kekurangannya.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 3</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	13	21,7%
Setuju	43	71,7%
Tidak setuju	4	6,6%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.37 menyatakan bahwa 13 orang atau 21,7% mengatakan sangat setuju, 43 orang atau 71,7% mengatakan setuju, 4 orang atau 6,6% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Saya membandingkan brand L by lcb dengan cara kelebihan dan kekurangannya. Dengan mengetahui kelebihan kekurangan produk yang dibeli akan mempengaruhi niat beli seseorang, bisa jadi membeli atau bahkan tidak jadi membeli.

#### IV.2.3.4. Keputusan Pembelian

**Tabel 4.38 Pernyataan 34**

**Saya memutuskan membeli karena suka dengan salah satu produknya.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	12	20%
Setuju	44	73,3%
Tidak setuju	4	6,6%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.38 menyatakan bahwa 12 orang atau 20% mengatakan sangat setuju, 44 orang atau 73,3% mengatakan setuju, 4 orang atau 6,6% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Saya memutuskan membeli karena suka dengan salah satu produknya yaitu: scarf, essentials, accessories dan L fashion dari brand fashion muslim L by lcb.

**Tabel 4.39 Pernyataan 35**

**Saya memutuskan membeli brand L by lcb ialah karena milik laudya Cynthia bella.**

**N: 60**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	7	11,7%

Setuju	33	55%
Tidak setuju	19	31,7%
Sangat tidak setuju	1	1,6%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel menyatakan bahwa 7 orang atau 11,7% mengatakan sangat setuju, 33 orang atau 55% mengatakan setuju, 19 orang atau 31,7% mengatakan tidak setuju, 1 orang atau 1,6% mengatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa memutuskan membeli fashion muslim brand L by lcb ialah karena milik laudya Cynthia bella.

**Tabel 4.40 Pernyataan 36**  
**Saya memutuskan membeli brand L by lcb ialah karena menggunakan bahan yang berkualitas.**  
**N: 60**

Pernyataan 3	Frekuensi	Presentase
Sangat setuju	14	23,3%
Setuju	44	73,3%
Tidak setuju	2	3,4%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.40 menyatakan bahwa 14 orang atau 23,3% mengatakan sangat setuju, 44 orang atau 73,3% mengatakan setuju, 2 orang atau 3,4% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Saya memutuskan membeli

fashion muslim brand L by lcb ialah karena menggunakan bahan yang berkualitas.

**Tabel 4.41 Pernyataan 37**  
**Saya memutuskan membeli fashion muslim brand L by lcb ialah karena suka dengan warna dan motif-motif nya.**  
**N: 60**

<b>Pernyataan 4</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	17	28,3%
Setuju	42	70%
Tidak setuju	1	1,7%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat ditabel 4,41 menyatakan bahwa 17 orang atau 28,3% mengatakan sangat setuju, 42 orang atau 70% mengatakan setuju, 1 orang atau 1,7% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Saya memutuskan membeli fashion muslim brand L by lcb ialah karena suka dengan warna dan motif-motif nya.

#### **IV.2.4. Rekapitulasi Hasil**

Berikut adalah hasil rekapitulasi pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel x yakni pengaruh konten instagram @lbylcb fashion muslim brand L by lcb berdasarkan tabel berikut ini:

**Tabel 4.44**  
**Rekapitulasi Hasil Pengembangan Variabel X(konten instagram)**

No	Pernyataan	Mean
1.	X1	3,30

2.	X2	3,25
3	X3	3,00
4	X4	3,30
5	X5	3,00
6	X6	3,00
7	X8	3,20
8	X9	3,12
9	X10	3,20
10	X11	3,25
11	X12	3,40
12	X13	3,35
13	X14	3,23
14	X15	3,10
15	X16	3,13
16	X17	3,10
17	X18	3,07
18	X19	3,17
19	X20	3,22
20	X21	3,20
21	X22	3,22
22	X23	3,20
23	X24	3,30
24	X25	3,30
Jumlah		70,34
Nilai rata rata		3,19

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Di tabel 4.44 di atas dapat dilihat rekapitulasi hasil pengembangan variabel x (konten instagram) fashion muslim brand L by lcb pada respondennya followers @lbylcb tergolong tidak terlalu tinggi dengan hasil rata rata (mean) sebesar 3,19.

**Tabel 4.45**  
**Rekapitulasi Hasil Pengembangan Variabel Y(keputusan pembelian)**

No	Pernyataan	Mean
1	Y1	3,07
2	Y2	3,18
3	Y3	3,03
4	Y4	3,20
5	Y5	3,08
6	Y6	3,30
7	Y7	3,10
8	Y8	3,00
9	Y9	3,00
10	Y10	3,10
11	Y11	2,77
12	Y12	3,22
13	Y13	3,30
<b>Jumlah</b>		40,35
<b>Nilai rata rata</b>		3,10

**Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022**

Di tabel 4.45 di atas dapat dilihat rekapitulasi hasil pengembangan variabel y (keputusan pembelian) fashion muslim brand L by lcb pada

respondennya followers @lbylcb tergolong tidak terlalu tinggi dengan hasil rata rata (mean) sebesar 3,10.

#### IV.2.5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel X yaitu konten instagram fashion muslim brand L by lcb terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian produk brand L by lcb. Berikut perhitungan data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 25 *for windows*.

**Tabel 4.46**

#### Uji Determinasi

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.680 <sup>a</sup>	.462	.453	3.838

a. Predictors: (Constant), konten instagram

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 25

Analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kasual satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependent(Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel konten instagram terhadap keputusan pembelian sebesar 0,680 artinya hubungan atau korelasi antara variabel konten instagram tidak terlalu berpengaruh kuat dengan keputusan pembelian.

Sedangkan R square (koefisien determinasi) dapat dibaca bahwa nilai R square sebesar 0,462. Angka tersebut dapat dikatakan bahwa pengaruh konten instagram terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 46,2%. Sementara sisanya 53,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini, artinya konten instagram tidak terlalu berpengaruh pada

keputusan pembelian. Pengaruhnya kurang dari 50% tersebut tidak terlalu besar. Hal itu berdasarkan pertanyaan lanjutan ke 10 responden. Mereka membeli produk brand L by lcb karena dari desain hijab, kualitas produk brand L by lcb, dress-dress nya elegan ketika dipakai ,pemilik dari brand L by lcb adalah laudya Cythia bella dan karena model-model yang digunakan brand L cantik cantik.

**Tabel 4.47**  
**Analisis Regresi Linear Sederhana**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.678	4.425		3.543	.001
	konten instagram	.388	.055	.680	7.059	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: hasil Hasil Perhitungan SPSS 25

Pada analisis linear sederhana dapat dilihat koefesiem konstanta dan koefesien variabel yang terdapat di tabel *Unstandardized Coefficients B*. Persamaan Regresi Linear Sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

keterangan:

y: keputusan pembelian

x: konten instagram

a: angka konstan dari *Unstandardized Coefficients* yang ada dalam penelitian adalah sebesar 15,678

b: angka koefesien regresi sebesar 0,388

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila  $X=0$  maka  $Y= 15,678$  dan jika  $X=1$  maka  $Y= 16,066$ . Maka, setiap peningkatan variabel independen(X) yaitu konten instagram fashion muslim brand L by lcb sebesar 1, akan meningkatkan variabel (Y) yaitu keputusan pembelian sebesar 16,066

#### IV.2.6. Koefisien Regresi

Analisis koefisien regresi (uji t) bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh hubungan antara variabel independen (X) yaitu konten instagram fashion muslim brand L by lcb terhadap variabel dependent yang di uji pada tingkat signifikan 0,1 dan derajat kebebasan n-2 yang di hitung dengan menggunakan uji t.

**Rumus Uji T** adalah: 
$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

#### Keterangan:

r: koefisien korelasi antara x dan y

n: jumlah sampel

Maka, dasar dari pengambilan keputusan adalah membandingkan t hitung dengan t tabel:

- a. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima( ada pengaruh)
- b. Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak ada pengaruh)

#### Diketahui:

$n=60$

$r :0,680$

$$t = \frac{0,680\sqrt{(60-2)}}{\sqrt{(1-0,680)^2}}$$

$t = 0,680 (7,61)$

$$\sqrt{1-0,462}$$

$$\frac{t = 5,174}{\sqrt{0,538}}$$

$$\frac{t = 5,174}{0,733}$$

$$t = 7,058$$

Dari hasil perhitungan di atas berarti  $t$  hitung (7,058) dan  $t$  tabel (1,672). Karena nilai  $t$  hitung = (7,058) >  $t$  tabel (1,672) dengan nilai signifikansi  $\alpha = 0,1$ . Hal ini menunjukkan ada pengaruh antara konten instagram fashion muslim brand L by lcb (X) yang berarti signifikansi terhadap keputusan pembelian (Y). Karena  $t$  hitung >  $t$  tabel (7,058 > 1,672), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti ada pengaruh antara konten instagram (@Lbylcb) fashion muslim brand L by lcb terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 4.48**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	733.942	1	733.942	49.832	.000 <sup>b</sup>
	Residual	854.241	58	14.728		
	Total	1588.183	59			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), konten instagram

Sumber: hasil Hasil Perhitungan SPSS 25

Dari tabel di atas uji ANOVA menghasilkan angka  $f$  sebesar 49,832 dengan nilai tingkat signifikansi sebesar 0.000 karena angka probabilitas  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi pengaruh konten instagram fashion muslim brand L by lcb terhadap keputusan pembelian.

### **IV.3. Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian dan perhitungan yang membahas tentang keterkaitan antara dua variabel yaitu konten instagram fashion muslim brand L by lcb dan keputusan pembelian. Pada penelitian ini survey yang dituju adalah followers instagram @Lbylcb. Dengan jumlah responden sebanyak 60 orang yang berdasarkan kriteria bab 3. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data, dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuisisioner yaitu perempuan sebanyak 59 responden, dan mayoritas responden yang mengisi kuisisioner perempuan berumur 15-25 sebanyak 46 responden.

Menurut Anisyahrini (2019:240) konten Instagram adalah berbagai macam hal yang di bagikan pengguna instagram. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media promosi menuntut para pemilik brand untuk dapat mengelola akun dengan tepat. Kreativitas dalam membuat konten di Instagram pun perlu diperhatikan.

Sedangkan menurut Afiah (2017:2) pentingnya konten instagram dapat digunakan untuk media dalam memasarkan produknya dan juga mendeskripsikan ciri khas produk yang dikeluarkan karena setiap brand fashion muslim memiliki ciri khas masing-masing yang belum tentu dimiliki brand lainnya. Ciri khas produk yang dimiliki inilah yang sering mengundang konsumen lalu selanjutnya terjadinya proses keputusan pembelian. Oleh para pebisnis fashion muslim di Jakarta, dan salah satunya adalah brand L by LCB dengan Semakin ketatnya persaingan bisnis menuntut brand L by LCB untuk semakin memanfaatkan konten instagram.

Dari penelitian ini dapat dijelaskan bahwa dimensi dari konten instagram (variabel X) meliputi: *Hastag, Caption, Follow, Like, Comment, profile, Sharing, Saved, igtv, ig reels* dan *Picture*. Hal ini dapat ditunjukkan sebagai pada rata-rata jawaban responden pada variabel x sebesar 79,90. Pada variabel konten instagram terdapat nilai tertinggi yaitu Akun instagram @lbylcb bertanda ceklis biru(X12) dengan skor 3,40. Sedangkan pada

variabel konten instagram yang paling rendah yaitu unggahan @Lbylcb menarik maka akan saya bagikan ke teman atau kerabat(X15) dengan skor 3,10. Dari hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa konten instagram @lbylcb kurang menarik di rekomendasikan ke teman atau kerabat.

Sedangkan dimensi dari keputusan pembelian(Y) meliputi: *Pengenalan kebutuhan,Pencarian Informasi,Evaluasi Alternatif,Keputusan Pembelian dan perilaku Pasca Pembelian*. Hal ini dapat ditunjukkan pada rata-rata jawaban responden pada variabel Y sebesar 46,71 (Y13). Pada variabel keputusan pembelian terdapat nilai tertinggi yaitu Saya memutuskan membeli fashion muslim brand L by lcb ialah karena suka dengan warna dan motif-motif nya dengan skor 3,30. Sedangkan pada variabel keputusan pembelian yang paling rendah yaitu Saya memutuskan membeli fashion muslim brand L by lcb ialah karena milik laudya cyhtia bella dan dengan skor 2,77 (Y11). Yang membuat konsumen suka produk dari brand L by lcb ialah karena warna dan motifnya. Dari hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa dukungan warna dan motif dapat menarik konsumen untuk membeli produk brand L by lcb. Teori Proses keputusan pembelian merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang di alami pelanggan ketika akan melakukan pembelian antara lain adalah *pengenalan masalah,pencarian informasi,evaluasi alternative, keputusan pembelian*.

Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 untuk mendapatkan hasil perhitungan yang akurat, perhitungan yang di dapat seperti uji relasi untuk mengetahui hubungan atau korelasi antara variabel X yaitu konten instagram fashion muslim brand L by lcb dengan variabel Y yaitu keputusan pembelian sebesar 0,680. Angka R tersebut menunjukan bahwa pengaruh konten instagram fashion muslim brand L by lcb terhadap keputusan pembelian positif.

Sedangkan R square sebesar 0,462 atau sama dengan 46,2% dan angka tersebut dapat di artikan memiliki pengaruh yang tidak terlalu besar antara

konten instagram fashion muslim brand L by lcb terhadap keputusan pembelian. Sedangkan sisanya 53,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pengaruhnya kurang dari 50% tersebut tidak terlalu besar. Hal itu berdasarkan pertanyaan lanjutan ke 10 responden. Mereka membeli brand L by lcb karena warnanya bagus-bagus, desain atau motifnya tidak pasaran, bahan dan kualitasnya sudah dipastikan bagus, merasa bangga karena brand L by lcb adalah milik seorang artis, model-model yang digunakan cantik-cantik, tertarik dengan brand L by lcb, Laudya Cynthia bella cantik saat menjadi model di salah satu koleksi produk brand L by lcb, ketika memakai produk L by lcb merasa elegan dan dipakainya sangat nyaman.

Berdasarkan hasil pertanyaan lanjutan dengan 10 responden yang sudah membeli produk brand L by lcb melalui DM instagram. Mayoritas para responden mengatakan membeli produk brand L ini adalah karena bahan dan kualitasnya sudah terjamin bagus, motifnya yang bagus-bagus, warna yang cantik dan karena modelnya cantik. Dan rata-rata mereka merasa puas dengan produk brand L by lcb karena produknya sesuai ekspektasi, ketika menggunakan produknya nyaman, warnanya tidak pasaran, motifnya menarik, hijab brand L juga menutupi dada.

Selain itu untuk membuktikan bahwa adanya pengaruh konten instagram fashion muslim brand L by lcb terhadap keputusan pembelian, maka dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, diperoleh t hitung (7,058) dan t tabel(1,672). Karena t hitung > t tabel (7,058>1,672), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti ada pengaruh antara konten instagram (@Lbylcb) fashion muslim brand L by lcb terhadap keputusan pembelian.