

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Lokal *brand* merupakan produk yang berasal dari dalam negeri sendiri, di produksi dan dipasarkan di dalam negeri sendiri. Di Indonesia ada berbagai macam lokal *brand* mulai dari pakaian, alat rumah tangga, dan berbagai macam produk lainnya. produk-produk tersebut bahkan banyak juga yang sudah di *ekspor* ke luar negeri, contohnya seperti produk pakaian yang kini tidak kalah dari *brand* luar negeri secara eksistensinya di dunia *fashion* dengan kualitas yang bersaing. Keunggulan pertama yang ditawarkan produk lokal sehingga sangat laku di pasaran adalah karena memiliki kualitas yang terjamin tinggi, selain itu produk lokal juga sangat mengutamakan kepuasan pelanggan dengan sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang disampaikan oleh para konsumennya.

Brand fashion lokal kini sangat mengikuti perkembangan zaman sehingga selalu update dan menarik konsumen untuk membelinya, baik dari segi desain ataupun modelnya. Selain itu *brand* lokal juga kini sudah banyak memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media promosi agar bisa menarik konsumen lebih luas, tidak hanya didalam negeri tetapi juga hingga ke luar negeri. Dengan adanya sosial media para produsen *brand* lokal ini bisa lebih kreatif dan inovatif dalam mengenalkan produknya. Apalagi sosial media sangat mudah di akses dimana saja dan kapan saja tentunya ini sangat membantu para produsen dalam meningkatkan jumlah pembelian produknya. Salah satu produk *brand fashion* lokal yang sangat dikenal adalah Erigo.

4.1.1 Tentang Erigo

Erigo merupakan salah satu merek fashion yang diproduksi oleh pelaku usaha berkebangsaan Indonesia, Muhammad Sadad, Founder & CEO Erigo Store. Erigo merupakan produk atau merek *fashion* untuk aktivitas traveling dengan mengedepankan desain dan kenyamanan

pemakainya. Erigo mulai melakukan usahanya pada 28 November 2010. Usaha *fashion* yang dimulai dengan membuat sebuah *brand* bernama "*Selected and Co*". Seiring berjalannya waktu, *brand* tersebut pun berganti nama menjadi "ERIGO". Di tahun 2016 ini Erigo mempunyai visi untuk mendukung *campaign traveling with Erigo*. Dengan tujuan *campaign* tersebut untuk memperlihatkan kepada negara lain memandang baik terhadap kreatifitas anak bangsa dan juga turut berpartisipasi mengangkat pariwisata Indonesia. Erigo mencapai omset dua puluh miliar rupiah (Maxmanroe, 2019). Dalam proses Erigo mencapai omset tersebut, strategi marketing dan branding serta promosi sangat gencar dilakukan, di mana ini ditujukan agar perhatian konsumen dapat ditarik.

Erigo mengajak para generasi muda untuk menjalani setiap langkah perjalanan hidup yang dinamis dengan berani, dibekali pemikiran yang terbuka, dan tentunya *style* yang sesuai dengan pribadi unik masing-masing. Untuk memenuhi aspirasi tersebut, Erigo menyediakan beragam pilihan pakaian yang nyaman, terjangkau serta fleksibel (Startfriday, 2018). Erigo yang merupakan *local brand* dari Indonesia, memiliki beberapa pesaing terdekat dalam persaingan di industri *fashion*, salah satunya seperti Roughneck 1991, Billionairesproject, dan Thanksinsomnia. Beberapa pesaing Erigo tersebut sudah cukup terkenal dalam industri *fashion*, di mana masing-masing merek bergerak dengan target pasar yang hampir sama.

Gambar 4.1

Logo Erigo



Erigo yang memiliki target pasar anak muda atau kaum millennial, brand ini bersaing dalam pasar apparel Indonesia. Oleh karena itu, salah satu upaya yang dilakukan oleh erigo dalam memasarkan *brand* nya agar lebih dikenal adalah dengan membuat konten Instagram *Traveling with Erigo*. Konten pertama yang dibuat oleh Erigo adalah dengan mengikuti acara terkenal yaitu *New York Fashion Week*, dimana konten yang dibuat adalah dengan menampilkan para Artis ternama tanah air dan *Influencer* di papan *Billboard Times Square* New York yang menggunakan produk-produk dari Erigo. Hal ini dilakukan oleh Erigo, agar masyarakat luar negeri bisa sadar akan keberadaan produk lokal yang memiliki kualitas dan *lifestyle* yang tidak kalah dengan produk luar negeri. Setelah berhasil dengan konten pertamanya *New York fashion week* kini Erigo membuat konten *traveling* lainnya dengan tema “*Turkey Take Over*”. Dalam *Turkey Take Over* Ergio mengiklankan produknya dengan menggandeng para *Influencer* yang memiliki popularitas cukup tinggi di sosial media, oleh karena itu, harapan Erigo dengan adanya *Turkey Take Over* ini dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini akan di fokuskan untuk meneliti seberapa banyak peningkatan keputusan pembelian yang terjadi pada *followers* Instagram Erigo.

4.1.2 Konten Erigo di Instagram #TurkeyTakeOver

Konten #TurkeyTakeOver merupakan salah satu *campaign* Erigo dalam mempromosikan produknya, setelah berhasil mengikuti ajang *New York Fashion Week*, kini Erigo kembali membuat *campaign* produk di Turki dengan menggandeng beberapa *Influencer* papan atas. Awal mula *campaign* ini berawal dari 2 (dua) orang *Influencer* muda yang terkenal yaitu Niko El Hakim dan Hasan Alaydrus bercanda ingin makan *Kebab* yang enak, kemudian hal tersebut di respon oleh *Founder* Erigo yaitu Saddam dan langsung muncul lah ide *campaign* #turkeytakeover ini. *Campaign* ini bertujuan untuk mengenalkan produk

lokal Erigo ke masyarakat yang lebih luas lagi. Dalam *campaign* yang dilakukan para *Influencer* menggunakan produk-produk Erigo seperti *t-shirt*, *parka*, *boomeber*, *sweetshirt* dan sebagainya dengan *background* pemandangan di Turki.

Gambar 4.2
Konten Erigo #turkeytakeover



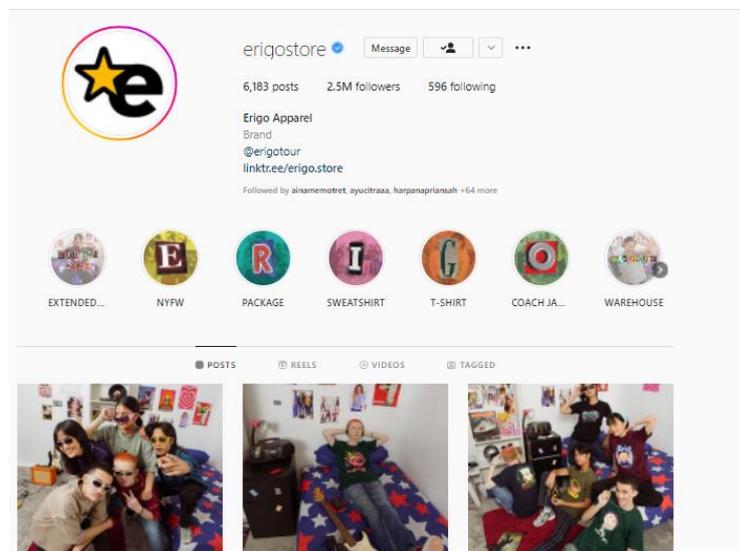
Dengan adanya *campaign* traveling ini membuat Erigo menjadi salah satu lokal *brand* yang dikenal oleh masyarakat luas hingga Luar Negeri. Selain bisa menjadi referensi untuk produk pakaian lokal dengan adanya *campaign* ini juga membuat para masyarakat sadar bahwa lokal *brand* kini bisa juga untuk *Go International*. Konten-konten yang ditampilkan oleh Erigo yang cukup dikenal adalah konten di Cappadocia, dimana konten ini menampilkan suasana Turki dengan *background* balon udara yang saat itu cukup *booming*. selain karena memiliki konten yang menarik perhatian produk-produk yang ditawarkan Erigo juga memiliki kualitas yang sangat bagus, tidak kalah dengan *brand-brand* pesaing lainnya.

4.1.3 Instagram Erigo

Kini, semakin cepat penyebaran informasi melalui media digital dapat memberikan solusi kepada para konsumen terutama kaum milenial dalam memilih lokal *brand* yang memiliki kualitas sangat bagus dan cukup dikenal oleh masyarakat luas seperti Erigo. Media sosial menjadi salah satu media yang digunakan oleh Erigo untuk memberikan segala informasi terkait dengan produk-produk yang ditawarkan, seperti informasi katalog baru, *campaign* yang akan dilaksanakan, informasi promo, dan lain-lainya. Selain melalui *e-commerce*, Facebook, Twitter, dan Youtube, dengan melalui Instagram Erigo juga dapat berinteraksi dengan konsumen. Nama akun *official* Instagram Erigo adalah @erigostore. akun Instagram Erigo aktif sejak 8 September 2014.

Gambar 4.3

Tampilan Instagram @erigostore



Sumber : <https://www.instagram.com/erigostore/>

Selain digunakan untuk berinteraksi dengan konsumen pada akun Instagram Erigo @erigostore juga digunakan sebagai media penyebaran

informasi dan promo-promo produk yang menarik. Dalam penelitian ini konten Instagram #turkeytakeover digunakan sebagai variabel penelitian.

Gambar 4.4

Konten Instagram @erigostore #turkeytakeover



Sumber : <https://www.instagram.com/erigostore/>

Pada gambar diatas merupakan salah satu konten #turkeytakeover. Tampilan gambar konten diatas menampilkan para *influencer* yang menggunakan produk Erigo *hoodie* dilengkapi dengan *caption* yang mengajak para *followers* Erigo untuk memilih warna-warna *hoodie favorite*. Erigo memiliki banyak pilihan warna di setiap produknya, baik produk *hoodie*, *t-shirt*, dan produk lainnya. hal ini bertujuan agar para konsumen memiliki lebih banyak pilihan warna *outfit* yang bisa digunakan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh dan seberapa besar pengaruh konten Erigo #Turkeytakeover di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 84 orang responden. Untuk mengetahui gambaran responden yang merupakan *followers* akun Instagram @erigostore, dalam penelitian ini responden diwajibkan mengisi tiga (3) buah pertanyaan yang telah dibagi dalam beberapa kategori, antara lain sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin
N = 84

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	39	46%
Perempuan	45	54%
Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel jenis kelamin diatas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dan persentase 100% dapat diketahui responden laki-laki sebanyak 39 orang dengan persentase sebesar 47%, sedangkan wanita sebanyak 45 orang dengan persentase sebesar 53%. Dari data penelitian ini disimpulkan bahwa dari seluruh responden didominasi oleh perempuan dibandingkan laki-laki.

b. Usia

Tabel 4.2
Usia
N = 84

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
18-25 Tahun	53	63%
26-35 Tahun	30	36%

> 35 Tahun	1	1%
Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel usia diatas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dan persentase 100% dapat diketahui responden berusia 18 – 25 tahun sebanyak 53 orang dengan persentasi 63%, responden berusia 26 – 35 tahun sebanyak 30 orang dengan persentase 36% dan responden yang berusia > 35 tahun sebanyak 1 orang dengan presentase 1%. Dari data yang diperoleh disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden didominasi berusia 18 – 25 tahun.

c. Apakah Anda pernah membeli produk Erigo?

Tabel 4.3

Apakah Anda pernah membeli produk Erigo?

N = 84

Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
Ya	84	100%
Tidak	-	-
Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dan presentase 100% maka dapat diketahui bahwa responden yang pernah membeli membeli produk Erigo sebanyak 82 orang dengan presentase 98%, dan yang tidak pernah membeli produk Erigo sebanyak 2 orang dengan presentase 2%. Maka, dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden di dominasi oleh orang yang pernah membeli produk Erigo.

4.2.2 Pernyataan Variabel X (Konten Instagram Erigo #turkeytakeover)

Pada variabel X (Konten Instagram) ini menggunakan 3 (tiga) dimensi antara lain : *Feeds*, IGTV (*Reels*), dan *Stories* yang disusun sebanyak 10 (sepuluh) *item* pernyataan dengan hasil sebagai berikut :

a. *Feeds*

Tabel 4.4

Unggahan foto *feeds* @erigostore #turkeytakeover sangat menarik perhatian saya

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	23	27.4%
2.	Setuju	57	67.9%
3.	Ragu-Ragu	4	4.8%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan unggahan foto *feeds* Instagram @erigostore #turkeytakeover dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 23 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 27.4%, 57 orang menjawab setuju dengan presentase 67.9%, 4 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 4.8%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju

bahwa unggahan foto *feeds* @erigostore #turkeytakeover sangat menarik perhatian.

Tabel 4.5
Konten foto pada *feeds* Instagram @erigostore
#turkeytakeover sangat keren
N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	10	11.9%
2.	Setuju	69	82.1%
3.	Ragu-Ragu	4	4.8%
4.	Tidak Setuju	1	1.2%
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan konten foto *feeds* Instagram @erigostore #turkeytakeover dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 10 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 11.9%, 69 orang menjawab setuju dengan presentase 82.1%, 4 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 4.8%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1.2%, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa konten foto pada *feeds* Instagram @erigostore #turkeytakeover sangat keren.

Tabel 4.6

Konten video *feeds* @erigostore #turkeytakeover sangat membantu saya dalam memilih product yang cocok untuk digunakan saat liburan

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	13	15.5%
2.	Setuju	62	73.8%
3.	Ragu-Ragu	9	10.7%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan konten video *feeds* Instagram @erigostore #turkeytakeover dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 13 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 15.5%, 62 orang menjawab setuju dengan presentase 73.8%, 9 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 10.7%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa konten video *feeds* @erigostore #turkeytakeover sangat membantu dalam memilih product yang cocok untuk digunakan saat liburan.

Tabel 4.7

**Video feeds @erigostore #turkeytakeover menampilkan para
Influencer kalangan milenial
N = 84**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	32	38.1%
2.	Setuju	50	59.5%
3.	Ragu-Ragu	2	2.4%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan Video *feeds* Instagram @erigostore #turkeytakeover dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 38.1%, 50 orang menjawab setuju dengan presentase 59.5%, 2 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 2.4%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa video *feeds* @erigostore #turkeytakeover menampilkan para *Influencer* kalangan milenial.

b. IGTV/Reels

Tabel 4.8
Konten *Reels* Erigo #turkeytakeover sangat inspiratif
N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	19	22.6%
2.	Setuju	60	71.4%
3.	Ragu-Ragu	5	6.0%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan konten *reels* Erigo #turkeytakeover dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 19 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 22.6%, 60 orang menjawab setuju dengan presentase 71.4%, 5 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 6.0%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa konten *reels* Erigo #turkeytakeover sangat inspiratif.

Tabel 4.9
Video Reels Erigo #turkeytakeover memiliki durasi yang lebih panjang dari pada video stories
N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	19	22.6%
2.	Setuju	57	67.9%
3.	Ragu-Ragu	8	9.5%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan video *reels* Erigo #turkeytakeover dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 19 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 22.6%, 57 orang menjawab setuju dengan presentase 67.9%, 8 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 9.5%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa video *reels* Erigo #turkeytakeover memiliki durasi yang lebih panjang dari pada video *stories*.

Tabel 4.10
Konten Reels yang ditampilkan @erigostore #turkeytakeover
memiliki Audio, Kecepatan, Efek, Riasan, dan Tata letak
video yang sangat menarik
N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	35.7%
2.	Setuju	48	57.1%
3.	Ragu-Ragu	6	7.1%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan video *reels* Erigo #turkeytakeover dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 35.7%, 48 orang menjawab setuju dengan presentase 57.1%, 6 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 7.1%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa konten *reels* yang ditampilkan @erigostore #turkeytakeover memiliki Audio, Kecepatan, Efek, Riasan, dan Tata letak video yang sangat menarik.

Tabel 4.11

Konten *reels* @erigostore #turkeytakeover menampilkan detail produk pakaian yang digunakan oleh para Influencer
N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	26	31.0%
2.	Setuju	52	61.9%
3.	Ragu-Ragu	6	7.1%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan konten *reels* Erigo #turkeytakeover dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 26 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 31.0%, 52 orang menjawab setuju dengan presentase 61.9%, 6 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 7.1%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa konten *reels* @erigostore #turkeytakeover menampilkan detail produk pakaian yang digunakan oleh para Influencer.

c. *Stories*

Tabel 4.12

Konten *Stories* erigo #turkeytakeover bersifat sementara dan dapat hilang dalam kurun waktu 24 jam

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	29	34.5%
2.	Setuju	38	45.2%
3.	Ragu-Ragu	17	20.2%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan konten *stories* Erigo #turkeytakeover dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 34.5%, 38 orang menjawab setuju dengan presentase 45.2%, 17 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 20.2%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa konten *stories* erigo #turkeytakeover bersifat sementara dan dapat hilang dalam kurun waktu 24 jam.

Tabel 4.13
Video boomerang yang ditampilkan pada konten *stories*
@erigostore #turkeytakeover yang menampilkan para
influencer sangat keren
N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	11	13.1%
2.	Setuju	61	72.6%
3.	Ragu-Ragu	12	14.3%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan konten *stories* Erigo #turkeytakeover dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 11 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 13.1%, 61 orang menjawab setuju dengan presentase 72.6%, 12 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 14.3%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa video *boomerang* yang ditampilkan pada konten *stories* @erigostore #turkeytakeover yang menampilkan para *Influencer* sangat keren.

Tabel 4.14
Dengan adanya *highlights* pada konten Instagram
@erigostore #turkeytakeover sangat membantu saya dalam
mencari tempat liburan dan *outfit* di Turki
N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	14	16.7%
2.	Setuju	61	72.6%
3.	Ragu-Ragu	9	10.7%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan konten *stories* Erigo #turkeytakeover dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 14 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 16.7%, 61 orang menjawab setuju dengan presentase 72.6%, 9 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 10.7%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa Dengan adanya *highlights* pada konten Instagram @erigostore #turkeytakeover sangat membantu saya dalam mencari tempat liburan dan outfit di Turki.

4.2.3 Pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pada variabel Y (Keputusan Pembelian) ini menggunakan 5 (lima) dimensi antara lain : Pengenalan Masalah, Pencarian informasi, Evaluasi *Alternative*, Keputusan Pembelian, dan Perilaku Pasca Pembelian yang disusun sebanyak 19 (sembilan belas) *item* pernyataan dengan hasil sebagai berikut :

a. Pengenalan Masalah

Tabel 4.15

Saya membutuhkan konten-konten seperti Erigo #turkeytakeover untuk referensi *brand* lokal milenial yang cocok digunakan untuk *traveling*

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	45	53.6%
2.	Setuju	37	44.0%
3.	Ragu-Ragu	2	2.4%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan membutuhkan konten-konten seperti Erigo #turkeytakeover untuk referensi *brand* lokal milenial yang cocok digunakan untuk *traveling* dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 45 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 53.6%, 37 orang menjawab setuju dengan presentase 44.0%, 2 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 2.4%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan sangat setuju membutuhkan konten-konten seperti Erigo #turkeytakeover untuk referensi brand lokal milenial yang cocok digunakan untuk traveling.

Tabel 4.16

Konten Erigo #turkeytakeover sangat membantu dalam mencari produk-produk *outdoor activity*

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	51	60.7%
2.	Setuju	31	36.9%
3.	Ragu-Ragu	2	2.4%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan konten Erigo #turkeytakeover sangat membantu dalam mencari produk-produk *outdoor activity* dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 51 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 60.7%, 31 orang menjawab setuju dengan presentase 36.9%, 2 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 2.4%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan sangat setuju bahwa konten Erigo #turkeytakeover sangat membantu dalam mencari produk-produk *outdoor activity*.

Tabel 4.17

**Banyaknya komentar pada konten @erigostore
#turkeytakeover membuat saya yakin bahwa product Erigo
memang layak menjadi pilihan *brand* lokal para milenial
N = 84**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	40	47.6%
2.	Setuju	41	48.8%
3.	Ragu-Ragu	3	3.6%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan banyaknya komentar pada konten @erigostore #turkeytakeover membuat saya yakin bahwa product Erigo memang layak menjadi pilihan *brand* lokal para milenial, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 40 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 47.6%, 41 orang menjawab setuju dengan presentase 48.8%, 3 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 3.6%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa banyaknya komentar pada konten @erigostore #turkeytakeover membuat saya yakin bahwa product Erigo memang layak menjadi pilihan *brand* lokal para milenial.

b. Pencarian Informasi

Tabel 4.18

**Konten-konten Erigo #turkeytakeover membuat saya tertarik untuk mencari informasi lebih banyak tentang produk Erigo
N = 84**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	32	38.1%
2.	Setuju	49	58.3%
3.	Ragu-Ragu	3	3.6%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan konten-konten Erigo #turkeytakeover membuat saya tertarik untuk mencari informasi lebih banyak tentang produk Erigo, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 38.1%, 49 orang menjawab setuju dengan presentase 58.3%, 3 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 3.6%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa konten-konten Erigo #turkeytakeover membuat saya tertarik untuk mencari informasi lebih banyak tentang produk Erigo.

Tabel 4.19
Saya mencari informasi tentang product Erigo
#turkeytakeover di Instagram @erigostore
N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	41	48.8%
2.	Setuju	40	47.6%
3.	Ragu-Ragu	3	3.6%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan saya mencari informasi tentang product Erigo #turkeytakeover di Instagram @erigostore, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 41 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 48.8%, 40 orang menjawab setuju dengan presentase 47.6%, 3 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 3.6%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan sangat setuju mencari informasi tentang product Erigo #turkeytakeover di Instagram @erigostore.

Tabel 4.20
Informasi tentang product Erigo #turkeytakeover dapat dengan mudah saya dapatkan melalui Instagram @erigostore
N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	42.9%
2.	Setuju	48	57.1%
3.	Ragu-Ragu	-	-
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan informasi tentang product Erigo #turkeytakeover dapat dengan mudah saya dapatkan melalui Instagram @erigostore, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 42.9%, 48 orang menjawab setuju dengan presentase 57.1%, dan responden tidak ada yang menjawab ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa informasi tentang product Erigo #turkeytakeover dapat dengan mudah saya dapatkan melalui Instagram @erigostore.

Tabel 4.21
Informasi tentang product Erigo #turkeytakeover yang ada di
Instagram sangat lengkap
N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	34	40.5%
2.	Setuju	48	57.1%
3.	Ragu-Ragu	2	2.4%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan informasi tentang product Erigo #turkeytakeover yang ada di Instagram sangat lengkap, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 34 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 40.5%, 48 orang menjawab setuju dengan presentase 57.1%, 2 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 2.4%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa informasi tentang product Erigo #turkeytakeover yang ada di Instagram sangat lengkap.

Tabel 4.22

Saya melihat komentar Instagram @erigostore pada konten #turkeytakeover untuk mendapatkan informasi lebih lanjut terkait *product* yang ditampilkan

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	35.7%
2.	Setuju	49	58.3%
3.	Ragu-Ragu	5	6.0%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan saya melihat komentar Instagram @erigostore pada konten #turkeytakeover untuk mendapatkan informasi lebih lanjut terkait product yang ditampilkan, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 35.7%, 49 orang menjawab setuju dengan presentase 58.3%, 5 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 6.0%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa saya melihat komentar Instagram @erigostore pada konten #turkeytakeover untuk mendapatkan informasi lebih lanjut terkait product yang ditampilkan.

c. *Evaluasi Alternative*

Tabel 4.23

Saya membandingkan kelebihan dan kekurangan produk Erigo dengan *brand* lokal *outdoor activity* yang lain melalui konten yang ditampilkan oleh Erigo #turkeytakeover

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	34	40.5%
2.	Setuju	43	51.2%
3.	Ragu-Ragu	7	8.3%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan saya membandingkan kelebihan dan kekurangan produk Erigo dengan *brand* lokal *outdoor activity* yang lain melalui konten yang ditampilkan oleh Erigo #turkeytakeover, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 34 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 40.5%, 43 orang menjawab setuju dengan presentase 51.2%, 7 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 8.3%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa saya membandingkan kelebihan dan kekurangan produk Erigo dengan *brand* lokal *outdoor activity* yang lain melalui konten yang ditampilkan oleh Erigo #turkeytakeover.

Tabel 4.24

Saya melihat penilaian product Erigo #turkeytakeover di kolom komen yang diberikan oleh konsumen yang sudah membeli *product* Erigo

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	22	26.2%
2.	Setuju	57	67.9%
3.	Ragu-Ragu	5	6.0%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan saya melihat penilaian product Erigo #turkeytakeover di kolom komen yang diberikan oleh konsumen yang sudah membeli product Erigo, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 22 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 26.2%, 57 orang menjawab setuju dengan presentase 67.9%, 5 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 6.0%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa saya melihat penilaian product Erigo #turkeytakeover di kolom komen yang diberikan oleh konsumen yang sudah membeli *product* Erigo.

Tabel 4.25

Adanya konten Erigo #turkeytakeover banyak memberikan manfaat bagi para konsumen sebelum membeli product Erigo

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	58	69.0%
2.	Setuju	25	29.8%
3.	Ragu-Ragu	1	1.2%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan adanya konten Erigo #turkeytakeover banyak memberikan manfaat bagi para konsumen sebelum membeli product Erigo, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 58 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 69.0%, 25 orang menjawab setuju dengan presentase 29.8, 1 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 1.2%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan sangat setuju bahwa adanya konten Erigo #turkeytakeover banyak memberikan manfaat bagi para konsumen sebelum membeli product Erigo.

d. Keputusan Pembelian

Tabel 4.26

Konten @Erigostore #turkeytakeover membantu saya dalam mencari lokal brand dan jenis pakaian seperti apa yang *good looking* saat *traveling*

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	42.9%
2.	Setuju	45	53.6%
3.	Ragu-Ragu	3	3.6%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan konten @Erigostore #turkeytakeover membantu saya dalam mencari lokal brand dan jenis pakaian seperti apa yang *good looking* saat *traveling*, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 42.9%, 45 orang menjawab setuju dengan presentase 53.6%, 3 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 3.6%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa konten @Erigostore #turkeytakeover membantu saya dalam mencari lokal brand dan jenis pakaian seperti apa yang *good looking* saat *traveling*.

Tabel 4.27

Dengan adanya konten Erigo #turkeytakeover saya merasa membutuhkan *outfit* yang keren saat saya liburan nanti

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	37	44.0%
2.	Setuju	40	47.6%
3.	Ragu-Ragu	7	8.3%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan dengan adanya konten Erigo #turkeytakeover saya merasa membutuhkan *outfit* yang keren saat saya liburan nanti, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 44.0%, 40 orang menjawab setuju dengan presentase 47.6%, 7 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 8.3%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa dengan adanya konten Erigo #turkeytakeover saya merasa membutuhkan *outfit* yang keren saat saya liburan nanti.

Tabel 4.28
Sebelum membeli product Erigo pada konten
#turkeytakeover saya melihat komentar konsumen yang
pernah membeli *product* tersebut terlebih dahulu
N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	39	46.4%
2.	Setuju	41	48.8%
3.	Ragu-Ragu	4	4.8%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan sebelum membeli product Erigo pada konten #turkeytakeover saya melihat komentar konsumen yang pernah membeli product tersebut terlebih dahulu, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 39 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 46.4%, 41 orang menjawab setuju dengan presentase 48.8%, 4 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 4.8%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa sebelum membeli product Erigo pada konten #turkeytakeover saya melihat komentar konsumen yang pernah membeli product tersebut terlebih dahulu.

Tabel 4.29

Konten Erigo #turkyetakeover sangat menarik sehingga membuat saya tertarik untuk membeli produk Erigo

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	31	36.9%
2.	Setuju	51	60.7%
3.	Ragu-Ragu	2	2.4%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan konten Erigo #turkyetakeover sangat menarik sehingga membuat saya tertarik untuk membeli produk Erigo, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 36.9%, 51 orang menjawab setuju dengan presentase 60.7%, 2 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 2.4%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa Konten Erigo #turkyetakeover sangat menarik sehingga membuat saya tertarik untuk membeli produk Erigo.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Tabel 4.30

Saya sangat merasa puas dengan produk Erigo yang saya beli setelah melihat konten @erigostore #turkeytakeover

N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	27	32.1%
2.	Setuju	53	63.1%
3.	Ragu-Ragu	4	4.8%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan saya sangat merasa puas dengan produk Erigo yang saya beli setelah melihat konten @erigostore #turkeytakeover, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 32.1%, 53 orang menjawab setuju dengan presentase 63.1%, 4 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 4.8%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan setuju bahwa saya sangat merasa puas dengan produk Erigo yang saya beli setelah melihat konten @erigostore #turkeytakeover.

Tabel 4.31
Saya akan membeli lagi dan merekomendasikan produk
Erigo yang saya beli
N = 84

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	41	48.8%
2.	Setuju	37	44.0%
3.	Ragu-Ragu	6	7.1%
4.	Tidak Setuju	-	-
5	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	84	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Berdasarkan data tabel diatas, mengenai pernyataan saya akan membeli lagi dan merekomendasikan produk Erigo yang saya beli, dari seluruh responden sebanyak 84 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 41 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 48.8%, 37 orang menjawab setuju dengan presentase 44.0%, 6 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 7.1%, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan *followers* akun Instagram Erigo menyatakan sangat setuju bahwa Saya akan membeli lagi dan merekomendasikan produk Erigo yang saya beli.

Berikut merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X yakni Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram berdasarkan tabel sebagai berikut :

4.2.4 Rekapitulasi Variabel X dan Y

Berikut merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram :

Tabel 4.32
Rekapitulasi Variabel X

Pernyataan	Mean
1	4,22
2	4,04
3	4,04
4	4,35
5	4,16
6	4,13
7	4,28
8	4,23
9	4,14
10	3,98
11	4,05
Jumlah	45,69
Rata-rata	4,15

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram (X) pada *followers* akun Instagram @erigostore tergolong tinggi (setuju). Hal ini dapat dilihat dari hasil rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel konten Erigo #turkeytakeover di Instagram (X) sebesar 4,15.

Berikut merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indicator atau komponen pendukung variabel Y yakni Keputusan Pembelian berdasarkan tabel sebagai berikut.

Tabel 4.33
Rekapitulasi Variabel Y

Pernyataan	Mean
1	4,51
2	4,58
3	4,44
4	4,34
5	4,45
6	4,42
7	4,38
8	4,29
9	4,32
10	4,20
11	4,67
12	4,39
13	4,35
14	4,41
15	4,34
16	4,27
17	4,41
Jumlah	74,84
Rata-rata	4,40

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Mei 2022

Dari hasil rekapitulasi secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel Keputusan Pembelian pada *followers* Instagram @erigostore tergolong tinggi (setuju). Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada Variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 4,40.

4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel independen (X) yaitu konten Erigo #turkeytakeover di Instagram terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Berikut adalah data hasil dari pengelolaan SPSS 24 for windows :

Tabel 4.34

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.642 ^a	.512	.405	4.737
a. Predictors: (Constant), Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram				

Sumber : Hasil SPSS Versi 24

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel *independent* (X) dengan satu variabel *dependen* (Y). R disebut sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel Pengaruh Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,642. Nilai R yaitu 0,642 yang artinya hubungan atau korelasi antara variabel Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram memiliki pengaruh yang **kuat** terhadap Keputusan Pembelian.

Sedangkan R square disebut sebagai koefisien determinasi, dapat dijelaskan bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,512. Angka tersebut diartikan bahwa Keputusan Pembelian dalam Pengaruh Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram sebesar 51,2%, sementara sisanya 48,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian ini.

Tabel 4.35

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.711	5.583		5.859	.000
	Konten Instagram	.922	.122	.642	7.580	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi, sebagai berikut : Rumus Regresi Linear $Y = a + b$

$$Y = 32,711 + 0,922X$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

X = Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram

a = Nilai konstan *Unstandardized Coefficients*. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 32,711

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,922

persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai $X = 0$ maka $Y = 32,711$ dan jika $X = 1$ maka $Y = 33,633$. Artinya setiap peningkatan Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram sebesar 1, akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 33,633.

4.2.6 Analisis Koefisien Korelasi

Uji Korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan hubungan antara variabel X dengan variabel Y . dalam penelitian ini menggunakan metode korelasi *Product Moment Pearson*. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui hipotesis diterima atau ditolak.

H_0 : Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H_a : Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4.36
Analisis Koefisien Korelasi

Correlations			
		Konten Erigo	Keputusan Pembelian
Konten Erigo	Pearson Correlation	1	.642**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	84	84
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.642**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	84	84

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel diatas, dapat diketahui besar hubungan (X) Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram dengan variabel (Y) keputusan pembelian adalah sebesar 0,642. Hal ini berdasarkan tabel 3.7 Interpretasi Koefisien Korelasi, maka tingkat korelasi atau hubungan antara variabel (X) terhadap variabel (Y) tergolong hubungan yang **kuat**, karena nilainya berada pada interval 0,60 – 0,799.

Nilai probabilitas $0,000 < 0,10$ menunjukkan bahwa nilai probabilitas kurang dari 0,10, maka hubungan korelasi variabel (X) terhadap variabel (Y) adalah signifikan. Hal ini membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menyatakan adanya Pengaruh Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram terhadap Keputusan Pembelian.

Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuat atau lemahnya hubungan korelasi kedua variabel, maka digunakan pedoman sebagai berikut :

Tabel 4.37
Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 s.d 0,199	Sangat Rendah
0,20 s.d 0,399	Rendah
0,40 s.d 0,599	Sedang
0,60 s.d 0,799	Kuat
0,80 s.d 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2016 : 184

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai korelasi (r) sebesar 0,642. Angka R menunjukkan bahwa Pengaruh Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram terhadap keputusan pembelian berpengaruh **kuat**.

Tabel 4.38
Koefisien

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.711	5.583		5.859	.000
	Konten Instagram	.922	.122	.642	7.580	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil SPSS Versi 24

Untuk melihat t_{tabel} dapat dilihat dengan derajat bebas = n (jumlah sampel) – k (jumlah variabel). Sehingga derajat bebasnya adalah $84 - 2 = 82$, yang dilakukan uji 2 arah dengan signifikan 10%. Untuk melihat uji hipotesis, dilihat pada tabel di atas t_{hitung} yaitu 7,580 dan t_{tabel} 1,663. Karena nilai t_{hitung} (7,580) > t_{tabel} (1,663) berarti ada pengaruh yang signifikan antara Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram terhadap Keputusan Pembelian.

4.2.7 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait Konten Erigo #turkeytakeover di Intagram (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara x dan y

n = Jumlah sampel

Maka, dengan demikian

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_a diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Diketahui :

$$n = 84$$

$$r = 0,642$$

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

$$t = \frac{0,642 \sqrt{84-2}}{\sqrt{1-0,642^2}} = 9,889$$

berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai t_{hitung} yaitu 9,889 sedangkan untuk nilai t_{tabel} dengan taraf kepercayaan 90% atau signifikansi 10% ($\alpha = 0,10$ atau 0,1) dapat dicari berdsarkan jumlah responden atau n. dalam oenelitian ini jumlah responden (n) = 84, maka derajat bebasnya (df) $N - k = 84 - 2 = 82$. Dengan derajat kebebasan sebesar 82 dan signifikansinya 10% adalah 1,663. Karena nilai t_{hitung} (9,889) $> t_{tabel}$ (1,663), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya

terdapat pengaruh antara Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram terhadap Keputusan Pembelian.

4.2.8 Uji Subvariabel X Terhadap Variabel Y

Tabel 4.39
Model Summary Feeds

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.615 ^a	.379	.371	4.86979	.806

a. Predictors: (Constant), FEEDS

Sumber : Hasil SPSS Versi 24

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai R square sebesar 0,379 atau 37,9% menunjukkan bahwa pengaruh *Feeds* digambarkan melalui konten Erigo #turkeytakeover di Instagram (subvariabel X) dengan keputusan pembelian konsumen (variabel Y) dalam hal ini meyakinkan bahwa tergolong hubungan **kuat**.

Tabel 4.40
Model Summary IGTV/Reels

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.526 ^a	.277	.268	5.25310	.882

a. Predictors: (Constant), IGTVREELS

Sumber : Hasil SPSS Versi 24

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai R square sebesar 0,277 atau 27,7% menunjukkan bahwa pengaruh IGTV/*Reels* digambarkan melalui konten Erigo #turkeytakeover di Instagram (subvariabel X) dengan

keputusan pembelian konsumen (variabel Y) dalam hal ini meyakinkan bahwa tergolong hubungan **rendah**.

Tabel 4.41

Model Summary Stories

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.565 ^a	.319	.311	5.09613	1.131

a. Predictors: (Constant), STORIES

Sumber : Hasil SPSS Versi 24

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai R square sebesar 0,319 atau 31,9% menunjukkan bahwa pengaruh IGTV/*Reels* digambarkan melalui konten Erigo #turkeytakeover di Instgram (subvariabel X) dengan keputusan pembelian konsumen (variabel Y) dalam hal ini meyakinkan bahwa tergolong hubungan **rendah**.

Berdasarkan pengolahan uji subvariabel X terhadap variabel Y menunjukkan bahwa subvariabel *Feeds* memiliki nilai R square 0,060, IGTV/*Reels* memiliki R square 0,277, dan *Stories* memiliki R square sebesar 0,319.

Maka dapat disimpulkan bahwa subvariabel *Feeds* memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel Y, karena nilai R square yang paling tinggi dibandingkan subvariabel lainnya. hal ini, menunjukkan subvariabel *Feeds* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pembelian sebesar 0,060 atau 60%.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Menurut Kotler dan Keller (2016:5) pemasaran adalah: “*Marketing is a societal process by which individuals and group obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others*”. Yang berarti “Pemasaran adalah suatu proses masyarakat dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuh dan

inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan bebas bertukar produk dan jasa dari nilai dengan orang lain. Dalam penelitian ini para calon konsumen mendapatkan segala informasi produk yang mereka butuhkan, hal ini dapat dilihat dari konten-konten yang di *upload* oleh @erigostore pada akun Instagramnya. Setelah pandemi usai tentunya banyak sekali para calon konsumen yang ingin berpergian liburan baik liburan dalam negeri ataupun luar negeri, untuk itu Erigo kini sangat aktif dalam membuat konten terkait dengan *fashion* yang bisa digunakan ketika liburan atau berpergian, contohnya seperti konten #turkeytakeover dimana konten ini cukup banyak menarik perhatian para calon konsumen karena menampilkan para *influencer* yang sedang liburan ke turkey dan menggunakan produk-produk dari @erigostore.

Dalam penelitian ini membahas tentang adanya keterkaitan dua variabel yaitu Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram terhadap keputusan pembelian. Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram digunakan sebagai salah satu media dalam beriklan serta memberikan informasi yang bertujuan untuk mempengaruhi para *followers* @erigostore hingga melakukan suatu tindakan seperti terjadinya keputusan pembelian. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya : faktor kebudayaan, faktor ini merupakan faktor yang melihat berdasarkan penilaian konsumen yang dapat memberikan pengaruh terhadap konsumen, kelas sosial, pada faktor ini konsumen melihat produk berdasarkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal, kelompok langsung, dimana pada faktor ini terdiri dari kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap perilaku konsumen, faktor keluarga, faktor keluarga faktor yang paling berpengaruh dalam melakukan keputusan pembelian, faktor kepribadian, faktor ini dipengaruhi oleh karakteristik pribadi tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup dan kosep diri pembeli, dan faktor keyakinan/sikap yaitu konsumen bertindak dan belajar dalam mendapatkan keyakinan dan sikap dalam keputusan pembelian.

Pada penelitian yang dilakukan kepada 84 responden pengikut atau *followers* akun Instagram Erigo @erigostore, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan (pada tabel 4.1) sebanyak 45 responden dan mayoritas responden berusia 18 - 25 tahun sebanyak 53 orang (tabel 4.2).

Pernyataan pada variabel X (Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram) dan variabel Y (keputusan Pembelian) dalam penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji realibilitas pada variabel X dan Variabel Y menunjukkan nilai *alpha* hitung yang positif serta pada tingkat reliabilitas $>0,60$ s.d $0,80$ (pada tabel 3.3) maka data kuesioner reliabel.

Berdasarkan dari teori yang digunakan untuk mengukur Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram memiliki 3 (tiga) dimensi yang dapat dilihat dari pernyataan pada variabel X di kuesioner penelitian. Hasil dari penilaian responden bahwa dimensi Konten Instagram antara lain, *Feeds*, *IGTV/Reels*, dan *Stories*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram (X) sebesar 4,15.

Hasil pengujian seluruh variabel seluruh subvariabel X terhadap variabel Y didapatkan subvariabel *Feeds* yang paling berpengaruh terhadap variabel Y karena memiliki nilai mean tertinggi sebesar 4,35 dibandingkan dengan subvariabel lainnya. Pernyataan dari subvariabel tersebut bahwa video *feeds* @erigostore #turkeytakeover menampilkan para influencer kalangan milenial (X1.4), kemudian subvariabel *IGTV/Reels* yang dengan cepat responden memberikan respon terhadap konten *Reels* yang ditampilkan @erigostore #turkeytakeover memiliki Audio, Kecepatan, Efek, Riasan, dan Tata letak video yang sangat menari yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil tersebut membuktikan bahwa dimensi *Feed* dan *IGTV/Reels* pada konten Erigo #turkeytakeover di Instagram yang mampu menarik *followers* akun Instagram Erigo @erigostore untuk melakukan keputusan pembelian.

Tingginya pengguna media-media digital seperti sosial media sangat dimanfaatkan oleh Erigo sebagai peluang untuk menjalin interaksi atau hubungan dengan konsumen. Media sosial Instagram digunakan Erigo sebagai media penyebaran informasi dan juga beriklan. Konten Erigo #turkeytakeover yang ditampilkan oleh Erigo dapat meyakinkan responden karena konten yang ditampilkan seperti, para *Influencer* yang menggunakan produk-produk Erigo di Turki dapat mempengaruhi responden sehingga yakin untuk melakukan keputusan pembelian.

Hasil penelitian dari keseluruhan responden didapatkan Keputusan Pembelian tinggi (setuju dan sangat setuju), ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Y sebesar 4,40. Dari semua dimensi keputusan pembelian konsumen, ternyata keputusan pembelian dengan indikator Evaluasi *Alternative* (Y3.11) memiliki nilai mean tertinggi 4,67. Adapun pernyataan dari dimensi keputusan pembelian bahwa adanya konten Erigo #turkeytakeover banyak memberikan manfaat bagi para konsumen sebelum membeli *product* Erigo.

Untuk memuktikan adanya pengaruh Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram terhadap keputusan pembelian, maka dari hasil analisis statistik regresi linear sederhana diperoleh nilai korelasi (r) sebesar 0,642 yang artinya konten Erigo #turkeytakeover berpengaruh positif dan kuat terhadap keputusan pembelian konsumen. Diperoleh R square sebesar 0,512 yang artinya sebesar 51,2% keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh konten Erigo #turkeytakeover di Instagram sementara sisanya yaitu 48,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Hasil uji hipotesis diperoleh dengan uji t. syarat diterimanya hipotesis adalah dengan nilai t_{hitung} harus lebih besar dari t_{tabel} . Hasil dari penelitian ini didapatkan nilai t_{hitung} 9,889 dengan $df = 84 - 2 = 84$ didapatkan nilai t_{tabel} 1,663. Karena t_{hitung} (9,889) > t_{tabel} (1,663) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil tersebut telah dibuktikan bahwa memang adanya pengaruh pada Konten Erigo #turkeytakeover di Instagram terhadap keputusan pembelian dan terbukti signifikan.