

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Roughneck 1991

Roughneck 1991 merupakan salah satu *brand* lokal yang didirikan oleh Rusli Ikhwan pada tahun 2015. Sebelum berdirinya Roughneck 1991, founder Rusli Ikhwan awalnya bergerak dalam memproduksi produk-produk *brand* orang lain. Pada awal 2015, dia menyadari pertumbuhan pasar khususnya dalam industri *clothing* yang memiliki potensi kuat dan terus berkembang. Dia akhirnya memutuskan untuk mulai mendirikan Roughneck 1991 sebagai *brand* lokal pakaian pria.



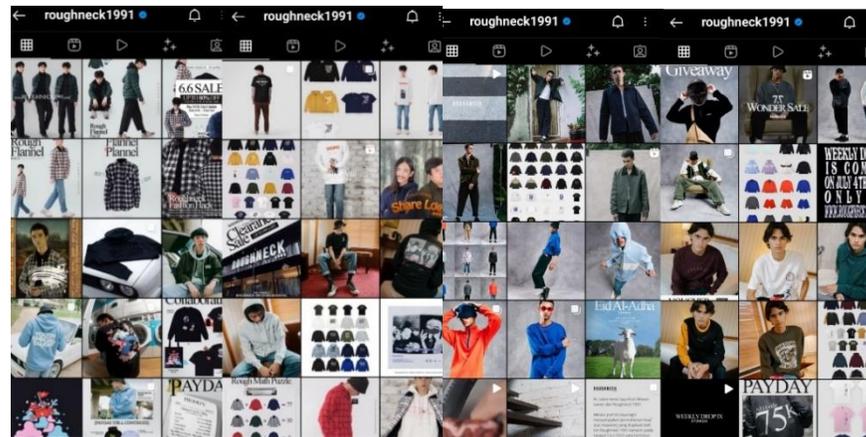
**Gambar 4.1 Logo Roughneck 1991**

Perjalanan strategi pemasaran Roughneck 1991 diawali dengan berjualan melalui media sosial. Selain itu agar bisa memperkuat dan meningkatkan *brand awareness*, Rusli mengikuti berbagai bazar *offline* dan membuka beberapa toko *offline* agar lebih dikenal publik. Roughneck 1991 memiliki penjualan yang kuat di toko *offline*. Potensi tinggi serta berbagai keuntungan yang ditawarkan dari penjualan *online* membuat Rusli ingin mengembangkan sayap dan memperkuat eksistensi produknya ke

ranah digital. Pada 2016 di tengah era digitalisasi yang memiliki banyak tantangan, Roughneck 1991 memutuskan bergabung dengan Shopee. Pencapaian Roughneck 1991 yang sangat luar biasa itu memiliki pasar yang kuat dalam negeri serta mendapat antusiasme dari pasar dunia

Saat ini, Roughneck 1991 telah mengekspor produknya hingga ke luar negeri, salah satunya adalah Brasil. Selain Brasil, produk-produknya juga sudah dapat dibeli di negara-negara seperti Malaysia, Singapura, Filipina, Thailand, dan Vietnam. Mayoritas tujuan ekspor untuk produk Roughneck 1991 saat ini adalah Malaysia, dengan produk favorit yang dipesan antara lain hoodie dan jaket.

## 2. Akun Instagram Sebagai Media Promosi



**Gambar 4.2 Konten Feeds Instagram @roughneck1991**

Roughneck 1991 menggunakan *website*, *marketplace* dan beberapa sosial media untuk mempromosikan produk yang ditawarkannya salah satunya adalah Instagram. Dengan menyajikan konten konten yang menarik dan berisikan informasi serta games hingga *giveaway* setiap harinya terkait produk yang baru dikeluarkannya, sehingga dapat mendorong konsumen tertarik untuk melihat dan membeli produk produknya.

Roughneck 1991 aktif di Instagram sejak bulan Maret 2015 dalam akun Instagram @roughneck1991 ini memiliki 208 postingan dan 1.2 juta *followers*. Sosial media Instagram @roughneck1991 sangat aktif dalam memposting dan memberikan informasi mengenai produk produknya serta responsif terhadap pertanyaan dan saran yang diberikan oleh *followers* baik di bagian komen ataupun melewati *direct message* Instagram @roughneck1991.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap 88 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Untuk mengetahui hasil penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden dan di bagi dalam beberapa kategori yaitu sebagai berikut :

#### a. Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin**  
**N: 88**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki - Laki	54	61,4%
2	Perempuan	34	38,6%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan data tabel jenis kelamin di atas, dari seluruh responden sebanyak 88 orang dengan data presentase 100%, didapatkan data sebanyak 54 orang dengan persentase 61,4% merupakan Laki-Laki dan data sebanyak 34 orang dengan persentase 38,6% merupakan Perempuan. Maka dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini di dominasi oleh responden Laki-laki sejumlah 61,4%.

### b. Usia Responden

**Tabel 4.2**  
**Usia**  
**N= 88**

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	15 - 20 tahun	18	20,5%
2	21 - 25 tahun	59	67,0%
3	26 - 30 tahun	8	9,1%
4	>30 tahun	3	3,4%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Dalam tabel di atas dilihat bahwa dari 88 responden dalam penelitian ini, sebanyak 18 orang berusia 15-20 tahun dengan persentase 20,5%, responden dengan rentang usia 21-25 tahun sebanyak 59 orang dengan persentase 67%, responden dengan rentang usia 26-30 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 9,1% dan responden dengan rentang usia >30 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 3,4%. Maka dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa yang mendominasi yaitu responden dengan rentang usia 21-25 tahun sebanyak 59 orang dengan persentase 67%.

### c. Pernah Membeli Roughneck 1991

**Tabel 4.3**  
**Pernah Membeli Roughneck 1991**  
**N= 88**

No	Pernah Membeli	Frekuensi	Presentase
1	Ya	88	100%
2	Tidak	-	-
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan data tabel 4.3 di atas, dari seluruh responden sebanyak 88 orang dengan data presentase 100%, didapatkan data sebanyak 88 orang dengan persentase 100% merupakan responden yang pernah membeli produk Roughneck 1991.

## 2. Analisa Pernyataan Responden Mengenai Pengaruh *Sales promotion* (Variabel X)

**Tabel 4.4**  
Melihat Roughneck melakukan promosi di Instagram  
N= 88

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	29	33,0%
2	Setuju	56	63,6%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 29 orang (33%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 56 orang (63,6%) menyatakan setuju, 1 orang (1,1%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 56 orang dengan persentase 63,6% menyatakan setuju dengan pernyataan saya sering melihat Roughneck melakukan promosi di Instagram.

**Tabel 4.5**  
Roughneck mempromosikan produknya melalui media sosial Instagram  
N= 88

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	27	30,7%
2	Setuju	58	65,9%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 27 orang (30,7%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 58 orang (65,9%) menyatakan setuju, 1 orang (1,1%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden

yaitu 58 orang dengan persentase 65,9% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mengetahui Roughneck mempromosikan produknya melalui media sosial Instagram.

**Tabel 4.6**  
**Roughneck melakukan promosi ketika mengeluarkan produk baru di Instagram @roughneck1991**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	26	29,5%
2	Setuju	56	63,6%
3	Tidak Setuju	4	4,5%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 26 orang (29,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 56 orang (63,6%) menyatakan setuju, 4 orang (4,5%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 56 orang dengan persentase 63,6% menyatakan setuju dengan pernyataan Saya mengetahui Roughneck sering melakukan promosi ketika mengeluarkan produk baru melalui akun Instagram @roughneck1991.

**Tabel 4.7**  
**Promosi yang dilakukan Roughneck bervariasi dan menarik**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	23,9%
2	Setuju	63	71,6%
3	Tidak Setuju	2	2,3%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 21 orang (23,9%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 63 orang (71,6%) menyatakan setuju, 2

orang (2,3%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 63 orang dengan persentase 71,6% menyatakan setuju dengan pernyataan Saya merasa promosi yang dilakukan Roughneck bervariasi dan menarik.

**Tabel 4.8**  
**Informasi yang diberikan oleh akun @roughneck1991 mudah dipahami**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	19	21,6%
2	Setuju	67	76,1%
3	Tidak Setuju	0	0,0%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 19 orang (21,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 67 orang (76,1%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) sangat tidak setuju dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 67 orang dengan persentase 76,1% menyatakan setuju dengan pernyataan Saya dapat memahami informasi yang diberikan oleh Roughneck melalui postingan Instagram @roughneck1991.

**Tabel 4.9**  
**Postingan di Instagram @roughneck1991 sangat informatif**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	13	14,8%
2	Setuju	72	81,8%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 13 orang (14,8%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 72 orang (81,8%) menyatakan setuju, 1 orang (1,1%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 72 orang dengan persentase 81,8% menyatakan setuju dengan pernyataan postingan yang terdapaat di akun @roughneck1991 sangat informatif.

**Tabel 4.10**  
**Promosi di Instagram memudahkan followers mengetahui dengan cepat**  
**N=88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	27	30,7%
2	Setuju	58	65,9%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 27 orang (30,7%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 58 orang (65,9%) menyatakan setuju, 1 orang (1,1%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 58 orang dengan persentase 65,9% menyatakan setuju dengan pernyataan dengan adanya promosi melalui Instagram memudahkan saya untuk mengetahui promosi dengan cepat.

**Tabel 4.11**  
**Melihat iklan Roughneck di marketplace dan sosial media**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	25	28,4%
2	Setuju	59	67,0%
3	Tidak Setuju	2	2,3%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 25 orang (28,4%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 59 orang (67%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 59 orang dengan persentase 67% menyatakan setuju dengan pernyataan Saya sering melihat iklan Roughneck di marketplace dan sosial media.

**Tabel 4.12**  
**Promosi yang dilakukan oleh Roughneck menarik**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	16	18,2%
2	Setuju	70	79,5%
3	Tidak Setuju	0	0,0%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 16 orang (18,2%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 70 orang (79,5%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) sangat tidak setuju dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 70 orang dengan persentase 79,5% menyatakan setuju dengan pernyataan saya tertarik dengan promosi yang dilakukan oleh Roughneck.

**Tabel 4.13**  
**Roughneck sering mengadakan diskon atau giveaway ketika**  
**mengeluarkan produk baru**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	23,9%
2	Setuju	59	67,0%
3	Tidak Setuju	6	6,8%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 22 orang (23,9%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 59 orang (67%) menyatakan setuju, 6 orang (6,8%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 59 orang dengan persentase 67% menyatakan setuju dengan pernyataan Roughneck sering mengadakan diskon atau *giveaway* ketika mengeluarkan produk baru.

**Tabel 4.14**  
**Roughneck memberikan diskon jika berbelanja di *marketplace***  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	17	19,3%
2	Setuju	69	78,4%
3	Tidak Setuju	0	0,0%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 17 orang (19,3%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 69 orang (78,4%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) sangat tidak setuju dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 69 orang dengan persentase 78,4% menyatakan setuju dengan pernyataan Roughneck memberikan diskon jika saya berbelanja di *marketplace* (shopee, Lazada, dll.).

**Tabel 4.15**  
**Saya merasa waktu pelaksanaan promosi sudah tepat sasaran**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	11	12,5%
2	Setuju	71	80,7%
3	Tidak Setuju	4	4,5%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%

Jumlah	88	100%
--------	----	------

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 11 orang (12,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 71 orang (80,7%) menyatakan setuju, 4 orang (4,5%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 71 orang dengan persentase 80,7% menyatakan setuju dengan pernyataan saya merasa waktu pelaksanaan promosi sudah tepat sasaran.

**Tabel 4.16**  
**Roughneck memberikan diskon disetiap tanggal kembar (6.6 sale)**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	26	29,5%
2	Setuju	55	62,5%
3	Tidak Setuju	4	4,5%
4	Sangat Tidak Setuju	3	3,4%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 26 orang (29,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 55 orang (62,5%) menyatakan setuju, 4 orang (4,5%) tidak setuju dan 3 orang (3,4%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 55 orang dengan persentase 63,5% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mengetahui setiap bulannya Roughneck memberikan diskon di setiap tanggal kembar (6.6 sale).

**Tabel 4.17**  
**Promosi yang dilakukan Roughneck ada yang harian, mingguan dan bulanan**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	12	13,6%
2	Setuju	61	69,3%
3	Tidak Setuju	14	15,9%

4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 12 orang (13,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 61 orang (69,3%) menyatakan setuju, 14 orang (15,9%) tidak setuju dan 1 orang (1,1%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 61 orang dengan persentase 69,3% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mengetahui saya mengetahui promosi yang dilakukan Roughneck ada yang harian, mingguan dan bulanan

**Tabel 4.18**  
**Diskon yang diberikan Roughneck membuat tertarik untuk membeli**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	20,5%
2	Setuju	64	72,7%
3	Tidak Setuju	4	4,5%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 18 orang (20,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 64 orang (72,7%) menyatakan setuju, 4 orang (4,5%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 64 orang dengan persentase 72,7% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mengetahui diskon yang diberikan Roughneck membuat saya tertarik untuk membeli.

**Tabel 4.19**  
**Produk Roughneck cocok digunakan oleh laki-laki maupun perempuan**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	32	36,4%
2	Setuju	54	61,4%
3	Tidak Setuju	0	0,0%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 32 orang (30,4%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 54 orang (61,4%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) sangat tidak setuju dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 54 orang dengan persentase 61,4% menyatakan setuju dengan pernyataan Produk Roughneck cocok digunakan oleh laki-laki maupun perempuan.

**Tabel 4.20**  
**Produk Roughneck cocok digunakan untuk kalangan remaja hingga dewasa**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	34	38,6%
2	Setuju	52	59,1%
3	Tidak Setuju	0	0,0%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 34 orang (38,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 52 orang (59,1%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) sangat tidak setuju dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 52 orang dengan persentase 59,1% menyatakan setuju dengan

pernyataan produk Roughneck cocok digunakan untuk kalangan remaja hingga dewasa.

**Tabel 4.21**  
**Roughneck sering melakukan *giveaway* setiap mengeluarkan produk baru**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	23	26,1%
2	Setuju	58	65,9%
3	Tidak Setuju	6	6,8%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (26,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 58 orang (65,9%) menyatakan setuju, 6 orang (6,8%) tidak setuju dan 1 orang (1,1%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 58 orang dengan persentase 65,9% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mengetahui Roughneck sering melakukan *giveaway* setiap mengeluarkan produk baru.

**Tabel 4.22**  
**Roughneck sudah tepat sasaran dalam melakukan promosi**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	12	13,6%
2	Setuju	72	81,8%
3	Tidak Setuju	3	3,4%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 12 orang (13,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 72 orang (81,8%) menyatakan setuju, 3 orang (3,4%) tidak setuju dan 1 orang (1,1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 72 orang dengan persentase 81,8% menyatakan setuju dengan pernyataan saya merasa Roughneck sudah tepat sasaran dalam melakukan promosi.

**Tabel 4.23**  
**Roughneck melakukan promosi diwaktu yang tepat**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	14	15,9%
2	Setuju	70	79,5%
3	Tidak Setuju	2	2,3%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 14 orang (15,9%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 70 orang (79,5%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 70 orang dengan persentase 79,5% menyatakan setuju dengan pernyataan saya senang Roughneck melakukan promosi diwaktu yang tepat.

### 3. Analisis Pernyataan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Variabel Y)

**Tabel 4.24**  
**Roughneck dapat memenuhi kebutuhan, karena dapat dengan mudah didapatkan**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	23,9%
2	Setuju	63	71,6%
3	Tidak Setuju	2	2,3%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 21 orang (23,9%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 63 orang (71,6%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 63 orang dengan persentase 71,6% menyatakan setuju dengan pernyataan saya memilih Roughneck karena kebutuhan yang saya perlukan (kaos, kemeja, hoodie, crewneck, coach jaket) dapat dengan mudah didapatkan.

**Tabel 4.25**  
**Roughneck mempunyai design yang *simple***  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	32	36,4%
2	Setuju	54	61,4%
3	Tidak Setuju	0	0,0%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 32 orang (36,4%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 54 orang (61,4%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) sangat tidak setuju dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 54 orang dengan persentase 61,4% menyatakan setuju dengan pernyataan saya tertarik dengan Roughneck karena designnya yang *simple*.

**Tabel 4.26**  
**Roughneck memiliki promosi yang menarik**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	15	17,0%
2	Setuju	68	77,3%
3	Tidak Setuju	3	3,4%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 15 orang (17%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 68 orang (77,3%) menyatakan setuju, 3 orang (3,4%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 68 orang dengan persentase 77,3% menyatakan setuju dengan pernyataan Saya memilih Roughneck karena memiliki promosi yang menarik

**Tabel 4.27**  
**Mencari informasi Roughneck di Instagram @roughneck1991**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	28	31,8%
2	Setuju	57	64,8%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 28 orang (31,8%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 57 orang (64,8%) menyatakan setuju, 1 orang (1,1%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 57 orang dengan persentase 64,8% menyatakan setuju dengan pernyataan ketika saya membutuhkan informasi Roughneck saya mencari tahu di Instagram @roughneck1991.

**Tabel 4.28**  
**Sebelum memutuskan untuk membeli, mencari tahu informasi**  
**Roughneck kepada keluarga dan teman**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	9	10,2%
2	Setuju	60	68,2%
3	Tidak Setuju	14	15,9%
4	Sangat Tidak Setuju	5	5,7%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 9 orang (10,2%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 60 orang (68,2%) menyatakan setuju, 14 orang (15,9%) tidak setuju dan 5 orang (5,7%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 60 orang dengan persentase 68,2% menyatakan setuju dengan pernyataan sebelum saya memutuskan untuk membeli, saya mencari tahu informasi Roughneck kepada keluarga dan teman

**Tabel 4.29**  
**Sebelum membeli melihat review dari orang lain**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	26	29,5%
2	Setuju	58	65,9%
3	Tidak Setuju	2	2,3%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 26 orang (29,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 58 orang (65,9%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 58 orang dengan persentase 65,9% menyatakan setuju dengan pernyataan sebelum saya membeli saya melihat review dari orang lain.

**Tabel 4.30**  
**Mencari informasi Roughneck melalui marketplace dan sosial media**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	20	22,7%
2	Setuju	65	73,9%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang (22,7%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 65 orang (73,9%) menyatakan setuju, 1 orang (1,1%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 65 orang dengan persentase 73,9% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mencari tahu informasi Roughneck melalui marketplace (shopee, lazada, dll..) dan sosial media (instagram, tiktok, dll..).

**Tabel 4.31**  
**Harga Roughneck relatif murah dibanding merek lain**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	21	23,9%
2	Setuju	56	63,6%
3	Tidak Setuju	9	10,2%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 21 orang (23,9%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 56 orang (63,6%) menyatakan setuju, 9 orang (10,2%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 56 orang dengan persentase 63,6% menyatakan setuju dengan pernyataan saya memilih Roughneck karena harganya yang relatif murah dibanding merek lain.

**Tabel 4.32**  
**Mengevaluasi sebelum melakukan pembelian produk Roughneck**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	19	21,6%
2	Setuju	64	72,7%
3	Tidak Setuju	3	3,4%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%

Jumlah	88	100%
--------	----	------

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 19 orang (21,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 64 orang (72,2%) menyatakan setuju, 3 orang (3,4%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 64 orang dengan persentase 72,2% menyatakan setuju dengan pernyataan sebelum saya melakukan pembelian produk Roughneck, saya akan mengevaluasi apa yang akan dibeli

**Tabel 4.33**  
**Mencari tahu kualitas produk, sebelum melakukan pembelian produk**  
**Roughneck**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	24	27,3%
2	Setuju	61	69,3%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 24 orang (27,3%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 61 orang (69,3%) menyatakan setuju, 1 orang (1,1%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 61 orang dengan persentase 69,3% menyatakan setuju dengan pernyataan sebelum saya melakukan pembelian produk Roughneck, saya akan mencari tau kualitas dari produk tersebut.

**Tabel 4.34**  
**Produk Roughneck dapat memenuhi kebutuhan**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	14	15,9%
2	Setuju	71	80,7%

3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 14 orang (15,9%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 71 orang (80,7%) menyatakan setuju, 1 orang (1,1%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 71 orang dengan persentase 80,7% menyatakan setuju dengan pernyataan saya membeli produk Roughneck karena dapat memenuhi kebutuhan saya.

**Tabel 4.35**  
**Metode pembayaran produk Roughneck sangat mudah**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	32	36,4%
2	Setuju	54	61,4%
3	Tidak Setuju	0	0,0%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 32 orang (36,4%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 56 orang (61,4%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) sangat tidak setuju dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 56 orang dengan persentase 61,4% menyatakan setuju dengan pernyataan Saya merasa metode pembayaran produk Roughneck sangat mudah.

**Tabel 4.36**  
**Membeli produk Roughneck karena mendapat informasi positif**  
**tentang produk ini**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	16	18,2%
2	Setuju	68	77,3%
3	Tidak Setuju	2	2,3%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 16 orang (18,2%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 68 orang (77,3%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 68 orang dengan persentase 77,3% menyatakan setuju dengan pernyataan saya membeli produk Roughneck karena saya mendapat informasi positif tentang produk ini.

**Tabel 4.37**  
**Tertarik dengan *brand* Roughneck, setelah melakukan evaluasi**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	22	25,0%
2	Setuju	62	70,5%
3	Tidak Setuju	2	2,3%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 22 orang (25%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 62 orang (70,5%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden

yaitu 62 orang dengan persentase 70,5% menyatakan setuju dengan pernyataan setelah melakukan evaluasi saya tertarik dengan *brand clothing* Roughneck.

**Tabel 4.38**  
**Membeli produk Roughneck karena harganya terjangkau**  
**N=88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	20,5%
2	Setuju	66	75,0%
3	Tidak Setuju	2	2,3%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 18 orang (20,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 66 orang (75%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 66 orang dengan persentase 75% menyatakan setuju dengan pernyataan saya membeli produk Roughneck karena harganya terjangkau.

**Tabel 4.39**  
**Roughneck memiliki promosi yang lebih menarik dibandingkan merek lain**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	20,5%
2	Setuju	62	70,5%
3	Tidak Setuju	6	6,8%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 18 orang (20,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 62 orang (70,5%) menyatakan setuju, 6 orang (6,8%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden

yaitu 62 orang dengan persentase 70,5% menyatakan setuju dengan pernyataan saya merasa Roughneck memberikan promosi yang lebih menarik dibandingkan merek lain.

**Tabel 4.40**  
**Merasa puas setelah membeli produk Roughneck**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	20	22,7%
2	Setuju	66	75,0%
3	Tidak Setuju	0	0,0%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang (22,7%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 66 orang (75%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) sangat tidak setuju dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 66 orang dengan persentase 75% menyatakan setuju dengan pernyataan saya merasa puas setelah membeli produk Roughneck.

**Tabel 4.41**  
**Merasa senang dan puas atas produk yang dijual Roughneck**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	24	27,3%
2	Setuju	62	70,5%
3	Tidak Setuju	0	0,0%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 24 orang (27,3%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 62 orang (70,5%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) sangat tidak setuju dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas

responden yaitu 62 orang dengan persentase 70,5% menyatakan setuju dengan pernyataan saya merasa senang dan puas atas produk yang dijual oleh Roughneck.

**Tabel 4.42**  
**Suka dengan promo yang diberikan oleh Roughneck**  
**N=88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	19	21,6%
2	Setuju	67	76,1%
3	Tidak Setuju	0	0,0%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 19 orang (21,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 67 orang (76,1%) menyatakan setuju, 2 orang (2,3%) sangat tidak setuju dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 67 orang dengan persentase 76,1% menyatakan setuju dengan pernyataan saya suka dengan promo yang diberikan oleh Roughneck.

**Tabel 4.43**  
**Akan melakukan pembelian ulang produk Roughneck di marketplace**  
**N=88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	18	20,5%
2	Setuju	65	73,9%
3	Tidak Setuju	3	3,4%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 18 orang (20,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 65 orang (73,9%) menyatakan setuju, 3 orang (3,4%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden

yaitu 65 orang dengan persentase 73,9% menyatakan setuju dengan pernyataan saya akan melakukan pembelian ulang produk Roughneck di marketplace (shopee, lazada, dll..)

**Tabel 4.44**  
**Merekomendasikan produk Roughneck kepada orang lain**  
**N= 88**

No	Keterangan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	23	26,1%
2	Setuju	58	65,9%
3	Tidak Setuju	5	5,7%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		88	100%

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 23 orang (26,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 58 orang (65,9%) menyatakan setuju, 5 orang (5,7%) tidak setuju dan 2 orang (2,3%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 58 orang dengan persentase 65,9% menyatakan setuju dengan pernyataan saya akan merekomendasikan produk Roughneck kepada orang lain.

#### 4. Rekapitulasi Hasil

Berikut adalah hasil rekapitulasi pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X, yakni pengaruh *sales promotion* berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 4.45**  
**Rekapitulasi Variabel X**  
**(Sales promotion)**

No	Pernyataan	Mean
1	X1	3,27
2	X2	3,25
3	X3	3,20
4	X4	3,17
5	X5	3,17
6	X6	3,09
7	X7	3,25

8	X8	3,22
9	X9	3,14
10	X10	3,13
11	X11	3,15
12	X12	3,03
13	X13	3,18
14	X14	2,95
15	X15	3,11
16	X16	3,32
17	X17	3,34
18	X18	3,17
19	X19	3,08
20	X20	3,09
<b>Rata-rata</b>		<b>3,17</b>

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Secara keseluruhan responden menilai bahwa *Sales promotion* (*Sales promotion*) (Variabel X) yaitu cukup tinggi (setuju). Hal ini di tunjukan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada *Sales promotion* (*Sales promotion*) (Variabel X) sebesar 3,17.

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel Y yaitu Keputusan Pembelian berdasarkan tabel berikut :

**Tabel 4.46**  
**Rekapitulasi Variabel Y**  
**(Keputusan Pembelian)**

No	Pernyataan	Mean
1	Y1	3,17
2	Y2	3,32
3	Y3	3,09
4	Y4	3,26
5	Y5	2,83
6	Y6	3,23
7	Y7	3,17
8	Y8	3,09
9	Y9	3,14
10	Y10	3,22
11	Y11	3,10

12	Y12	3,32
13	Y13	3,11
14	Y14	3,18
15	Y15	3,14
16	Y16	3,09
17	Y17	3,18
18	Y18	3,23
19	Y19	3,17
20	Y20	3,13
21	Y21	3,16
<b>Rata-rata</b>		<b>3,16</b>

(Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli 2022)

Secara keseluruhan responden menilai bahwa Keputusan Pembelian (Variabel Y) yaitu cukup tinggi (setuju). Hal ini di tunjukan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y) sebesar 3,16

## 5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh variabel independent (X) yaitu *Sales promotion (Sales promotion)* terhadap variabel dependent (Y) yaitu Keputusan Pembelian Konsumen. Berikut adalah data hasil pengolahan SPSS 24 *for windows*:

**Tabel 4.47**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,920 <sup>a</sup>	,846	,844	,17392
a. Predictors: (Constant), Sales_Promotion				

(Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 24)

Analisis regresi yang dilakukan pada bagian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependent (Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi

antara variabel pengaruh *Sales promotion* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 0,920 yaitu diantara 0,80 - 1,00 artinya hubungan atau korelasi antara variabel *Sales promotion* berpengaruh sangat kuat dengan Keputusan Pembelian Konsumen.

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,20 – 0,399 artinya rendah atau lemah
3. 0,40 – 0,599 artinya sedang atau cukup
4. 0,60 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,80 – 1,00 artinya sangat tinggi atau sangat kuat

Sedangkan R square disebut juga koefisien determinasi, dapat dibaca bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,846. Angka tersebut diartikan bahwa Keputusan Pembelian yang disebabkan oleh pengaruh *Sales promotion* adalah sebesar 84,6%, sementara sisanya 15,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Nilai R square menunjukkan angka 0,846 atau 84,6% artinya *Sales promotion* berpengaruh sangat kuat terhadap Keputusan Pembelian.

**Tabel 4.48**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14,281	1	14,281	472,122	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2,601	86	,030		
	Total	16,882	87			
a. Dependent Variabel: Keputusan_Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Sales_Promotion						

(Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 24)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 472,122 dengan nilai signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi yang

diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu  $0,00 < 0,10$  maka dapat diartikan bahwa variabel *Sales promotion* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus  $< 0,10$ . karena angka probabilitas (sig)  $0,00 < 0,10$  maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh *Sales promotion* (*Sales promotion*) Roughneck 1991 Di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian

**Tabel 4.49**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,013	,146		,086	,931
	Sales_Promotion	,994	,046	,920	21,728	,000
a. Dependent Variabel: Keputusan_Pembelian						

(Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 24)

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat tabel persamaan regresi, sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,013 + 0,994X$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X = *Sales promotion*

a = nilai konstan dari Unstandardized Coefficients. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,013

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,994

Berdasarkan model diatas, maka diperoleh jika  $X= 1$ , nilai  $Y= 1.007$ .

Hal ini ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y= 0,013 + 0,994X$$

$$Y= 0,013 + 0,994 (1)$$

$$Y= 1.007$$

Artinya setiap peningkatan Variabel Independent (X) sebesar 1, akan meningkatkan Pengambilan Keputusan Konsumen sebesar 1.007.

## 6. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka untuk dilakukan uji hipotesis. Maka dengan demikian :

Jika  $t \text{ hitung} > t\text{-tabel}$   $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima (ada pengaruh)

Jika  $t \text{ hitung} < t\text{-tabel}$   $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak (tidak ada pengaruh)

Diketahui:

$$n = 88$$

$$r = 0,920$$

jawab

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

$$t = \frac{0,920\sqrt{88-2}}{\sqrt{(1-0,920^2)}}$$

$$t = \frac{0,920\sqrt{86}}{\sqrt{(1-0,8464)}}$$

$$t = \frac{0,920(9,2736)}{\sqrt{0,1536}}$$

$$t = \frac{8,5317}{0,3919}$$

$$t = 21,7700$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai t-hitung yaitu 21,7700. Sedangkan untuk nilai t-tabel dengan signifikansi 10% dapat dicari

berdasarkan jumlah responden. Dalam penelitian ini jumlah responden ( $n$ ) = 88, maka derajat bebasnya ( $df$ )  $n - 2 = 88 - 2 = 86$ . Dengan derajat kebebasan sebesar 86 dan signifikansi 10% adalah 1,663. Didapat nilai t-hitung (21,7700)  $>$  t-tabel (1,663) dengan nilai signifikansi  $\alpha = 0,1$ , hal ini menunjukkan ada pengaruh antara *Sales promotion @roughneck1991* (X) yang berarti signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Karena nilai t-hitung  $>$  t-tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada pengaruh antara *Sales promotion @roughneck1991* melalui instagram terhadap keputusan pembelian.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu variabel independent yaitu pengaruh *Sales promotion @roughneck1991* di instagram (X) terhadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian (Y). Responden dalam penelitian ini yaitu followers Instagram @roughneck1991 sebanyak 88 responden. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa mayoritas responden laki—laki sebanyak 54 responden 61,4% dan perempuan sebanyak 34 responden 38,6% (tabel 4.1). Mayoritas umur responden berusia 21-25 tahun 59 responden 67% diikuti oleh usia 15-20 tahun sebanyak 18 responden 20,5% (tabel 4.2). Seluruh responden dalam penelitian ini sebanyak 100% menjawab pernah melakukan pembelian terhadap produk Roughneck 1991 (table 4.3).

#### 1. *Sales promotion (sales promotion) Roughneck 1991* pada followers akun Instagram @roughneck1991

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur *Sales promotion* Roughneck 1991 (Variabel X) yang dilihat dari keseluruhan dimensi frekuensi promosi, kualitas promosi, kuantitas promosi, waktu promosi dan ketepatan/kesesuaian sasaran promosi Kotler dan Keller (2007:272) dimensi-dimensi tersebut diketahui mayoritas responden merespon dengan positif tergolong cukup tinggi (setuju) dari keseluruhan pernyataan yang diajukan.

Hal ini dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh *Sales promotion* di Instagram (X) sebesar 3,17 (tabel 4.45).

Dari hasil penelitian berdasarkan teori *sales promotion* peneliti memberikan tiga pernyataan kepada responden mengenai dimensi frekuensi promosi, ketiga pernyataan tersebut mayoritas jawabannya adalah setuju, maka hasil pernyataan tersebut mendapatkan jawaban positif. Mayoritas responden mengakui bahwa *sales promotion* yang dilakukan oleh @roughneck1991 di Instagram sudah tersampaikan tepat waktu sehingga para followers tidak tertinggal informasi mengenai promosi yang dilakukan.

Dimensi selanjutnya adalah kualitas promosi, pada dimensi ini peneliti memberikan empat pernyataan, dalam dimensi kualitas promosi. Pada keempat pernyataan responden mayoritas menjawab setuju. Mayoritas responden setuju bahwa postingan yang terdapat pada feed Instagram @roughneck1991 sangat informatif sehingga followers dapat dengan mudah memahami, responden juga menyatakan setuju bahwa promosi yang dilakukan @roughneck1991 bervariasi dan menarik, dan responden juga sangat setuju jika postingan promosi pada feed atau story pada akun Instagram @roughneck1991 memudahkan followers untuk mengetahui promosi dengan cepat.

Dimensi selanjutnya adalah kuantitas promosi, pada dimensi ini peneliti memberikan empat pernyataan, dalam dimensi kuantitas promosi. Pada keempat pernyataan responden mayoritas menjawab setuju. Mayoritas responden setuju bahwa responden sering melihat promosi atau iklan Roughneck 1991 di marketplace maupun media social dan responden pun tertarik dengan semua promosi yang dilakukan oleh @roughneck1991, responden juga menjawab setuju terkait pernyataan Roughneck 1991 sering membagikan giveaway di Instagram jika sedang mengeluarkan produk baru dan responden pun sangat senang karena Roughneck 1991 memberikan diskon jika berbelanja *di e-commerce*.

Dimensi selanjutnya pada *sales promotion* adalah waktu promosi, Pada dimensi ini terdapat empat pernyataan yang diberikan kepada responden dan mayoritas responden menjawab setuju. Mayoritas responden setuju bahwa Roughneck 1991 sudah tepat waktu/sasaran dalam melakukan promosi di Instagram, diskon yang diberikan oleh Roughneck 1991 membuat responden tertarik untuk membeli dan juga responden setuju bahwa roughneck melakukan promosi disetiap tanggal kembar seperti (6.6 sale).

Dan dimensi terakhir pada *sales promotion* adalah ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi, peneliti memberikan lima pernyataan kepada responden. Dalam pernyataan ini mayoritas responden juga menjawab setuju bahwa mereka setuju promosi ini sudah tepat sasaran dan mereka setuju bahwa produk Roughneck 1991 cocok untuk digunakan oleh laki-laki maupun perempuan dengan usia remaja hingga dewasa.

## **2. Keputusan pembelian pada followers akun Instagram @roughneck1991**

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil dalam penelitian yang telah dibuktikan bahwa Keputusan Pembelian (variabel Y) dengan dimensi Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian dan Perilaku Setelah Pembelian (Kotler, Armstrong, 2018:176) dilihat cukup tinggi karena mayoritas responden menyatakan setuju pada sebagian besar pernyataan Keputusan Pembelian dilihat dari rata-rata jawaban responden sebesar 3,16 (table 4.46).

Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu, faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi.

Dari hasil penelitian berdasarkan teori keputusan pembelian peneliti memberikan tiga pernyataan kepada responden mengenai dimensi pengenalan kebutuhan, ketiga pernyataan tersebut mayoritas jawabannya adalah setuju, maka hasil pernyataan tersebut mendapatkan jawaban positif. Mayoritas responden membeli karena menyukai design yang simpel & elegan sesuai untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Dimensi selanjutnya adalah pencarian informasi, pada dimensi ini peneliti memberikan empat pernyataan, dalam dimensi pencarian informasi. Pada keempat pernyataan responden mayoritas menjawab setuju maka hasil dari pernyataan pencarian informasi ini mendapatkan jawaban yang positif karena mayoritas responden melakukan pencarian informasi terlebih dahulu terkait produk Roughneck 1991 melalui media sosial Instagram @roughneck1991 dan juga market place.

Dimensi selanjutnya adalah pengevaluasian alternatif, pada dimensi ini peneliti memberikan tiga pernyataan, dalam dimensi pengevaluasian alternatif. Pada ketiga pernyataan responden mayoritas menjawab setuju, yang artinya hampir semua responden menyetujui pernyataan yang dibuat peneliti terkait evaluasi alternatif sebelum membeli produk Roughneck 1991, responden memilih untuk mengevaluasi dari segi harga dan juga kualitas yang dimiliki brand Roughneck 1991.

Dimensi selanjutnya adalah keputusan pembelian, Pada dimensi ini terdapat enam pernyataan yang diberikan kepada responden dan mayoritas responden menjawab setuju. Mayoritas responden setuju bahwa Roughneck 1991 memiliki kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau, promosi yang diberikan selalu menarik perhatian dan tepat waktu sehingga mereka memulai untuk membuat keputusan pembelian karena menurutnya semua yang ada pada Roughneck 1991 sudah sesuai dengan kebutuhannya.

Dan dimensi terakhir pada keputusan pembelian adalah perilaku setelah membeli, peneliti memberikan lima pernyataan kepada responden. Dalam

pernyataan ini mayoritas responden juga menjawab setuju karena mereka merasa suka, senang dan puas terhadap produk maupun promosi Roughneck 1991, dan banyak dari responden yang setuju bahwa akan merekomendasikan produk Roughneck 1991 kepada saudara dan kerabat.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel Y yaitu Keputusan Pembelian pernyataan yang memiliki dua data tertinggi yaitu Y2 dan Y12 yang memiliki pernyataan “Saya tertarik dengan Roughneck karena desainnya yang simple” & “Saya merasa metode pembayaran produk Roughneck sangat mudah” yaitu sebanyak 3,32.

Karena mayoritas dari followers dan konsumen brand Roughneck menyukai design yang simple dan elegan & Karena Roughneck memberikan akses mudah untuk para konsumen dan pelanggan dalam melakukan pembelian dengan berbagai macam transaksi pembayaran dan saat ini masyarakat berada di *era cashless society*, sehingga Roughneck menawarkan metode pembayaran tidak hanya melalui uang tunai ataupun kartu debit melainkan dapat menggunakan *e-wallet* (seperti ovo, gopay, dana, dan shopeePay). Sedangkan nilai terendah pada Y5 dengan pernyataan “Sebelum saya membeli saya melihat review dari orang lain” dengan nilai rata-rata sebanyak 2,83. Pernyataan tersebut rendah karena tidak semua pelanggan melihat review Ketika ingin membeli produk produk dari Roughneck 1991.

### **3. Pengaruh *sales promotion* @roughneck1991 di instagram terhadap keputusan pembelian, pada *followers* akun Instagram @roughneck1991**

Untuk membuktikan adanya pengaruh *sales promotion* @Roughneck1991 di Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t itu bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi. Kriteria 88 pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai t-hitung harus lebih besar dari nilai t-tabel. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini di dapat bahwa nilai hitung t-hitung  $21,7700 > t\text{-tabel } 1,663$ .

Karena t-hitung lebih besar dari t-tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara *sales promotion* @roughneck1991 di instagram terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan perhitungan, kuatnya pengaruh dilihat dari nilai R yang diperoleh nilai R disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R atau korelasi antara variabel pengaruh *sales promotion* @roughneck1991 di Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 0,920 yaitu diantara 0,80 - 1,00 artinya hubungan atau korelasi antara variabel *Sales promotion* dan keputusan pembelian berpengaruh sangat tinggi atau kuat sekali. Diperoleh nilai R square menunjukkan angka 0,846 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X. Dalam penelitian ini keputusan pembelian dipengaruhi oleh *sales promotion* adalah sebesar 84,6%, sementara sisanya 15,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini, seperti *word of mouth* & kualitas produk Roughneck.