

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum perusahaan

Bibit.id adalah aplikasi investasi reksa dana dan saham yang berbasis *robo advisor* atau menggunakan sistem robot dalam memberikan nasihat keuangan ataupun penghitungan keuntungan jangka panjang. Bibit.id dibuat untuk para pemula yang ingin mencoba berinvestasi karena di aplikasi Bibit.id pengguna bisa berinvestasi hanya mulai Rp10.000. sistem robot otomatis akan menyarankan pembelian reksa dana dan saham bagi para investor pemula yang tidak begitu mengetahui tentang reksa dana dan saham. Aplikasi Bibit.id cocok untuk pemula karena dari mulai pembukaan rekening, pembelian hingga pencairan reksa dana hanya dilakukan secara *online* yang tentunya sangat memudahkan untuk berinvestasi. Bukan hanya didalam aplikasi Bibit.id pengguna yang ingin berinvestasi hanya minimal Rp10.000 sudah dapat membeli reksadana. Selain daripada menjual reksa dana dan saham, aplikasi Bibit.id juga berupaya dalam meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia dengan cara membuat sebuah blog yang berisi tentang pengetahuan keuangan dan tips-tips keuangan yang ditulis oleh Bibit.id dan diharapkan mampu meningkatkan literasi keuangan masyarakat Indonesia.

Aplikasi Bibit.id adalah aplikasi yang dinaungi oleh PT Bibit.id Tumbuh Bersama adalah perusahaan Agen Penjual Efek Reksa Dana (APERD) yang sudah mendapatkan lisensi sebagai Agen Penjual Efek Reksa Dana dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan penjualan Reksa Dana. Berdiri pada tahun 2019 hingga sekarang Bibit.id mencatatkan pengguna aplikasi sebanyak 1 juta orang dan dana Kelola lebih dari 5 triliun rupiah.

4.1.2 Logo

Gambar 4.2

Logo Aplikasi Bibit.id



Sumber: www.Bibitid.com diakses pada tanggal 25 Desember 2022

4.1.3 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian kali ini adalah Iklan Bibit.id di Tiktok versi “investasi bareng Deddy Corbuzier” iklan yang di iklankan di Tiktok berdurasi 26 detik yang telah disaksikan oleh 1,2 juta orang dan diberikan komentar sebanyak 1.448 komentar pada 25 Desember 2022. Agar lebih dapat memperdalam bahasan pada penelitian kali ini berikut *Storyboard* video iklan Bibit.id versi Deddy Corbuzier

Tabel 4.1

Storyboard Iklan Bibit.id Versi Deddy Corbuzier

<i>Visual</i>	<i>Voice Over</i>
	Model Iklan menjelaskan tentang Investasi yang sangat penting untuk masa depan

<p>A man wearing a white t-shirt with the Bibit logo is speaking. The video includes the Bibit logo in the top right corner and a TikTok watermark at the bottom right with the handle @user0577866. The text 'mending investasiin aja di Bibit!' is overlaid at the bottom.</p>	<p><i>Call to Action</i></p> <p>Model iklan mengajak <i>audience</i> berinvestasi di Bibit.id</p>
<p>The man is holding a smartphone displaying the Bibit app's main dashboard. The app shows a balance of Rp 1,000,000 and various investment options. The text 'Lu bisa nabung rutin' is overlaid at the bottom. The video includes the Bibit logo in the top right corner and a TikTok watermark at the bottom right with the handle @user0577866.</p>	<p>Model Iklan menjelaskan fitur terbaru dari Bibit.id yang memungkinkan Investasi mudah, cepat dan untuk maksimal</p>
<p>The man is holding a smartphone displaying the 'Nabung Rutin' (Regular Savings) feature in the Bibit app. The screen shows a list of investment options like 'Tabungan Buni Ucuha', 'Savings Money Market...', and 'Manufak Oligami Unggul...'. The text 'Semua serba O-to-ma-tis!' is overlaid at the bottom. The video includes the Bibit logo in the top right corner and a TikTok watermark at the bottom right with the handle @user0577866.</p>	<p>Menampilkan Mockup Aplikasi Bibit dan memberikan penjelasan fitur otomatis dari Bibit.id</p>

	<p><i>Call to Action</i> Untuk mendownload Aplikasi Bibit.id melalui <i>App Store</i> ataupun <i>Play Store</i></p>
---	---

Sumber : Tiktok @Bibit.id

4.2 Deskripsi Penelitian

4.2.1 Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada responden yang dikriteriakan yaitu

1. Followers Tiktok @Bibit.id
2. Pernah menonton dan mengomentari iklan Bibit.id versi investasi bareng Deddy Corbuzier pada bulan Oktober 2022
3. Sudah menggunakan aplikasi Bibit.id.

Pemilihan sampel yang diambil melalui Teknik *simple random sampling* sebanyak 76 sampel. Tujuannya untuk mengukur gambaran responden terkait Pengaruh Kreativitas Iklan Bibit.id di Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian. Terkait identitas responden terlebih dahulu responden mengisi tiga pertanyaan terkait identitas responden, yaitu Jenis Kelamin, Usia, dan Pekerjaan.

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	41	53.9%
Perempuan	35	46.1%
Jumlah	76	100%

Berdasarkan tabel di atas. dari total 76 responden, dapat diketahui Jenis kelamin responden laki-laki. Sebanyak 41 responden dengan persentase sebesar 53.9% berjenis kelamin laki-laki dan 35 responden berjenis perempuan dengan persentase 46.1%

b. Usia

Tabel 4.3
Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
Kurang dari 18 Tahun	4	5.3%
18-25 Tahun	26	34.2%
26-30 Tahun	36	47.4%
Lebih dari 30 Tahun	10	13.2%
Jumlah	76	100%

Berdasarkan data tabel usia, dari data responden berjumlah 76 orang dengan persentase 100%. Responden yang berusia di bawah 18 tahun ada 4 orang dengan persentase 5.3%, responden berusia 18-25 tahun ada sejumlah 26 orang dengan persentase 34.2%, responden berusia 26 – 30 tahun berjumlah 36 orang dengan persentase 47.4%, dan responden yang berumur di atas 30 tahun ada sejumlah 10 orang atau 13.2% dari keseluruhan responden. Dominasi data usia di atas dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini responden yang berumur 26 – 30 tahun lebih banyak jumlahnya dibanding dengan usia yang lain

yakni sebanyak 36 orang atau apabila dipersentasekan sebesar 47.4% dan yang paling sedikit adalah responden dengan usia di atas 30 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 13.2%

c. Pekerjaan

Tabel 4.4 Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	22	28.9%
Wiraswasta	11	14.5%
Karyawan Swasta	33	43.4%
Lainnya	10	13.2%
Jumlah	76	100%

Identitas pekerjaan responden yang saat ini sedang dijalani dapat dilihat dalam tabel di atas. dari total 76 responden, sebanyak 22 responden berstatus sebagai mahasiswa dengan persentase 28.9%, wiraswasta sebanyak 11 orang dengan persentase 14.5%, karyawan swasta sebanyak 33 orang dengan persentase 43.4%, dan 13.2% atau berjumlah 10 orang responden memilih pekerjaan sektor lainnya. Dengan demikian pada penelitian kali ini pekerjaan yang mendominasi adalah karyawan swasta. Sementara pekerjaan yang paling sedikit adalah Wiraswasta dengan total 11 orang dan persentase 14.5%

d. Pendapatan

Tabel 4.5 Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase
Kurang dari 2 Juta	15	19.7%
2 – 4 Juta	25	32.9%
4 – 5 Juta	28	36.8%
Lebih dari 5 Juta	8	10.5%
Jumlah	100	100%

Pengisian kuesioner tentang identitas berikutnya adalah pendapatan, ada berbagai macam variasi pendapatan dari para responden 15 orang berpendapatan dibawah 2 Juta dengan persentase 19.7%, lalu responden yang berpendapatan 2 – 4 Juta berjumlah 25 orang dengan persentase 32.9%, responden yang berpendapatan 4 – 5 Juta sebanyak 28 orang dengan persentase 36.8% responden dengan berpendapatan di atas 5 Juta berjumlah 8 orang dengan persentase 10,5%. Dari data pendapatan responden di atas, responden berpendapatan 4 – 5 Juta merupakan responden yang terbanyak sejumlah 28 orang dan yang paling sedikit adalah responden dengan pendapatan lebih dari 5 berjumlah 8 orang dengan persentase 10.5%

4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel X

Pernyataan pada variabel X (Kreativitas Iklan). Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Belch & Belch, 2017) terdapat empat dimensi, yaitu Relevansi iklan, Tema Iklan, Daya Tarik Pesan, dan Model Iklan. Kemudian dari empat dimensi tersebut dibuat pernyataan dan disusun sebanyak enam belas butir yang mencakup keseluruhan dimensi yang dikemukakan dengan hasil sebagai berikut:

a. Relevansi Iklan

Tabel 4.6

Iklan Bibit.id Cocok untuk Anak Muda

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
2	Tidak Setuju	3	3.9%
3	Setuju	47	61.8%
4	Sangat Setuju	25	32.9%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%,

tidak setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 3.9%, setuju 47 responden dengan persentase 61.8%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden dengan persentase 32.9%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 47 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 47 responden menjawab setuju dan 25 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa memang iklan Bibit.id tersebut cocok untuk anak muda. Iklan yang dikemas dengan durasi 27 detik dengan menampilkan *Visual* yang menarik dengan konsep yang terkini, memang terlihat iklan tersebut ditujukan untuk anak muda, dan hal tersebut diamini oleh penelitian kali ini yang menjawab positif pernyataan tersebut sebanyak 72 orang

Tabel 4.7

Iklan Bibit.id Cocok diiklankan di Tiktok

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	9	11.8%
3	Setuju	34	44.7%
4	Sangat Setuju	33	43.4%

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju, tidak setuju sebanyak 9 responden dengan persentase 11.8%, setuju 34 responden dengan persentase 44.7%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 33 responden dengan persentase 43.4%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 34 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 34 responden menjawab setuju dan 44 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa Tiktok menjadi media yang cocok untuk mengiklankan iklan Bibit

Tabel 4.8
Mengetahui Keunggulan Bibit.id Berkat Iklan

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
2	Tidak Setuju	14	18.4%
3	Setuju	37	48.7%
4	Sangat Setuju	24	31.6%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%, tidak setuju sebanyak 14 responden dengan persentase 18.4%, setuju 37 responden dengan persentase 48.7%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 24 responden dengan persentase 31.6%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 37 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 37 responden menjawab setuju dan 24 responden menjawab sangat setuju yang berarti iklan memberikan informasi tentang keunggulan produknya.

Tabel 4.9
Mengetahui Fitur-Fitur Bibit.id Berkat menonton Iklan

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	10	13.2%
3	Setuju	38	50%
4	Sangat Setuju	28	36.8%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%, tidak setuju sebanyak 3 responden dengan persentase 3.9%, setuju 47

responden dengan persentase 61.8%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden dengan persentase 32.9%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 47 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 47 responden menjawab setuju dan 25 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa memang iklan Bibit.id tersebut cocok untuk anak muda

b. Tema Iklan

Tabel 4.10

Setiap Akan Berinvestasi Teringat Iklan Bibit.id

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
2	Tidak Setuju	10	13.2%
3	Setuju	44	57.9%
4	Sangat Setuju	21	27.6%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%, tidak setuju sebanyak 10 responden dengan persentase 13.2%, setuju 44 responden dengan persentase 57.9%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 21 responden dengan persentase 27.6%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 44 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 44 responden menjawab setuju dan 21 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa iklan Bibit.id dapat dengan mudah masuk kedalam benak *audience* yang menonton iklan Bibit versi Investasi Bareng Deddy Corbuzier

Tabel 4.11

Tema Iklan Bibit.id mengingatkan untuk Berinvestasi

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
2	Tidak Setuju	15	19.7%
3	Setuju	40	52.6%
4	Sangat Setuju	20	26.3%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%, tidak setuju sebanyak 15 responden dengan persentase 19.2%, setuju 40 responden dengan persentase 52.6%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 20 responden dengan persentase 26.3%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 40 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 40 responden menjawab setuju dan 20 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa iklan tersebut mudah masuk ke benak dengan pengemasan yang *compact* dan tema yang mengingatkan untuk berinvestasi.

Tabel 4.12

Dengan mudah mengingat Iklan Bibit.id

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.6%
2	Tidak Setuju	16	21.1%
3	Setuju	37	48.7%
4	Sangat Setuju	21	27.6%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 2 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2.6%,

tidak setuju sebanyak 16 responden dengan persentase 21.1%, setuju 37 responden dengan persentase 48.7%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 21 responden dengan persentase 27.6%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 37 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 37 responden menjawab setuju dan 21 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa para responden dapat dengan mudah mengingat iklan Bibit.id

Tabel 4.13

Iklan Menarik untuk Ditonton Sampai Habis

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	12	15.8%
3	Setuju	31	40.8%
4	Sangat Setuju	33	43.4%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%, tidak setuju sebanyak 12 responden dengan persentase 15.8%, setuju 31 responden dengan persentase 40.8%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 33 responden dengan persentase 43.4%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban sangat setuju dengan 33 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 33 responden menjawab setuju dan 31 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa memang iklan Bibit.id di Tiktok hanya berdurasi sekitar 27 detik menarik ditonton sampai habis.

c. Daya Tarik Pesan

Tabel 4.14
Pesan Iklan Mudah Dimengerti

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
2	Tidak Setuju	8	10.5%
3	Setuju	43	56.6%
4	Sangat Setuju	24	31.6%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%, tidak setuju sebanyak 8 responden dengan persentase 10.5%, setuju 43 responden dengan persentase 56.6%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 24 responden dengan persentase 31.6%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 43 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 43 responden menjawab setuju dan 24 responden menjawab sangat setuju. Mayoritas mengatakan pesan iklan Bibit.id mudah dimengerti

Tabel 4.15
Tertarik karena dalam Iklan, Aplikasi Bibit.id mudah digunakan

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	15	19.7%
3	Setuju	38	50%
4	Sangat Setuju	23	30.3%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%, tidak setuju sebanyak 15 responden dengan persentase 19.7%, setuju 38 responden dengan persentase 50%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 23 responden dengan persentase 30.3%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 38 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 38 responden menjawab setuju dan 23 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa para responden tertarik menggunakan Bibit.id karena mengetahui Bibit.id mudah digunakan melalui sedikit *tutorial* yang di berikan pada Iklan tersebut. Pada nyatanya memang didalam tersebut Deddy Corbuzier memberi tahu kemudahan bertransaksi dan Topup apabila ingin berinvestasi hanya dengan menghubungkan dengan kartu, lalu Bibit.id akan menjalankan fitur *autodebet* yang tentunya praktis dan mudah serta memberikan kecepatan dalam pengisian saldo Bibit.id

Tabel 4.16

**Tertarik menggunakan Bibit.id dikarenakan dalam pesan iklan
Investasi di Bibit.id mulai dari Rp10.000**

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	9	11.8%
3	Setuju	39	51.3%
4	Sangat Setuju	28	36.8%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%, tidak setuju sebanyak 9 responden dengan persentase 11.8%, setuju 39

responden dengan persentase 51.3%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 28 responden dengan persentase 36.8%.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 39 responden menjawab setuju dan 28 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa para responden tertarik menggunakan Bibit.id karena didalam pesan iklan Bibit.id, kita dapat berinvestasi hanya mulai Rp10.000.

Tabel 4.17

Secara Emosional Mempercayai Deddy Corbuzier

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	13	17.1%
3	Setuju	38	50%
4	Sangat Setuju	25	32.9%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%, tidak setuju sebanyak 13 responden dengan persentase 17.1%, setuju 38 responden dengan persentase 50%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden dengan persentase 32.9%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 38 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 38 responden menjawab setuju dan 25 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa para responden tertarik menggunakan Bibit.id karena merasakan secara emosional dapat mempercayai Deddy Corbuzier sebagai bintang iklan dan sampai pada keputusan penggunaan Aplikasi Bibit.id.

d. Model Iklan

Tabel 4.18

Deddy Corbuzier memperkuat pesan iklan

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	10	13.2%
3	Setuju	36	47.4%
4	Sangat Setuju	30	39.5%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%, tidak setuju sebanyak 10 responden dengan persentase 13.2%, setuju 36 responden dengan persentase 47.4%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 30 responden dengan persentase 39.5%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 36 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 36 responden menjawab setuju dan 30 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa para responden mengungkapkan bahwa Deddy Corbuzier memang memperkuat pesan iklan yang ada pada iklan Bibit.id versi Investasi bareng Deddy Corbuzier

Tabel 4.19

Menggunakan Bibit.id karena model iklan Deddy Corbuzier

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
2	Tidak Setuju	13	17.1%
3	Setuju	30	39.5%
4	Sangat Setuju	32	42.1%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%, tidak setuju sebanyak 13 responden dengan persentase 17.1%, setuju 30 responden dengan persentase 39.5%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 32 responden dengan persentase 42.1%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban sangat setuju dengan 32 responden yang menjawab sangat setuju

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 30 responden menjawab setuju dan 32 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa para responden tertarik menggunakan Bibit.id karena sosok Deddy Corbuzier yang ada pada dalam iklan Bibit.id.

Tabel 4.20

Deddy Corbuzier Membuat Bibit.id Lebih Terpercaya

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
2	Tidak Setuju	13	17.1%
3	Setuju	37	48.7%
4	Sangat Setuju	25	32.9%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%, tidak setuju sebanyak 13 responden dengan persentase 17.1%, setuju 37 responden dengan persentase 48.7%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden dengan persentase 32.9%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 37 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 37 responden menjawab setuju dan 25 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa

para responden mengemukakan bahwa Deddy Corbuzier membuat aplikasi Bibit.id tampak lebih kredibel dikarenakan sosok Deddy Corbuzier yang mempunyai pengaruh positif bagi masyarakat. Sesuai dengan teori yang dikemukakan (Belch & Belch, 2017) bahwa penggunaan model iklan dapat berdampak kepada tingkat kepercayaan masyarakat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Pengaruh positif dari bintang iklan dapat membuat masyarakat lebih mempercayai sebuah barang, produk ataupun jasa yang ditawarkan. Terbukti pada pernyataan di atas bahwa Deddy Corbuzier membuat aplikasi Bibit.id lebih dipercaya karena seorang Deddy Corbuzier

Tabel 4.21

Deddy Corbuzier Meningkatkan *Image* Positif Bibit.id

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
2	Tidak Setuju	9	11.8%
3	Setuju	32	42.1%
4	Sangat Setuju	34	44.7%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%, tidak setuju sebanyak 9 responden dengan persentase 11.8%, jawaban setuju 32 responden dengan persentase 42.1%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 34 responden dengan persentase 44.7%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban sangat setuju dengan 34 responden menjawab setuju.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas *followers* @Bibit.id sebanyak 34 responden menjawab setuju dan 32 responden menjawab sangat setuju yang berarti bahwa para responden mengemukakan bahwa Deddy Corbuzier membuat aplikasi Bibit.id tampak lebih meningkatkan *image* positif

dikarenakan sosok Deddy Corbuzier yang mempunyai pengaruh positif bagi masyarakat. Pengaruh positif yang diberikan Deddy Corbuzier kepada masyarakat memang sangat berpengaruh terhadap sebuah brand yang ia wakikan, nama baik brand sangat melekat dengan sebuah *brand ambassador*. Oleh karena Deddy Corbuzier meningkatkan *image* positif terhadap aplikasi Bibit.id

4.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Y

Pernyataan pada variabel Y (Keputusan Pembelian). Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Kotler&Keller, 2016:194). terdapat 5 dimensi, yaitu Pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Kemudian dari 5 dimensi tersebut dibuat pernyataan sebanyak 15 butir yang mencakup keseluruhan dimensi dengan indikaotr-indikator yang telah ditentukan berdasarkan pengembangan dimensi dan berdasarkan teori yang dipakai yaitu teori Kotler dalam bukunya berjudul *marketing management* yang dikemukakan dengan hasilnya sebagai berikut:

a. Pengenalan Masalah

Tabel 4.22

Aplikasi Bibit.id Sebagai Solusi Kebutuhan Investasi

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	11	14.5%
3	Setuju	36	47.4%
4	Sangat Setuju	29	38.2%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%, jawaban tidak setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 14.5%, jawaban setuju 36 responden dengan persentase 47.4%, dan

jawaban sangat setuju sebanyak 29 responden dengan persentase 38.2%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 36 responden menjawab setuju.

Dengan demikian para responden mayoritas menjawab positif pernyataan di atas yaitu tentang kebutuhan berinvestasi dan menjadikan Bibit.id menjadi solusi kebutuhan Investasi. Para responden setuju dengan 36 jawaban dan 29 responden menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para responden menyadari kebutuhan berinvestasi merupakan hal yang penting bagi hidup mereka

Tabel 4.23

Aplikasi Bibit.id Berguna Untuk Investasi Masa Depan

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
2	Tidak Setuju	11	14.5%
3	Setuju	38	50%
4	Sangat Setuju	26	34.2%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%, tidak setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 14.5%, jawaban setuju 38 responden dengan persentase 50%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 26 responden dengan persentase 34.2%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 38 responden menjawab setuju.

Dengan demikian pernyataan para responden membutuhkan investasi untuk masa depan terlihat dari jawaban terbanyak yaitu setuju 38 responden, dan sangat setuju 26 responden.

Tabel 4.24
Berinvestasi Di Aplikasi Bibit.id Karena Dorongan dari
Lingkungan

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3.9%
2	Tidak Setuju	15	19.7%
3	Setuju	40	52.6%
4	Sangat Setuju	18	23.7%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 3 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 3.9%, tidak setuju sebanyak 15 responden dengan persentase 19.7%, jawaban setuju 40 responden dengan persentase 52.6%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 18 responden dengan persentase 23.7%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 40 responden menjawab setuju.

Dengan demikian pernyataan para responden Berinvestasi Di Aplikasi Bibit.id Karena Dorongan dari Lingkungan dari jawaban terbanyak yaitu setuju 40 responden, dan sangat setuju 18 responden. Dengan demikian para responden mengenali kebutuhan investasi dari factor eksternal mereka.

b. Pencarian Informasi

Tabel 4.25
Mencari informasi Aplikasi Sebelum Menggunakan

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	13	17.1%
3	Setuju	38	50%
4	Sangat Setuju	25	32.9%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%, tidak setuju sebanyak 13 responden dengan persentase 17.1%, jawaban setuju 38 responden dengan persentase 50%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden dengan persentase 32.9%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 38 responden menjawab setuju.

Dengan demikian dari pernyataan para responden mencari informasi terlebih dahulu sebelum menggunakan aplikasi investasi. Pernyataan di atas hanya sekitar 13 orang dari total responden yang tidak mencari informasi terlebih dahulu, sisa responden mengatakan sudah pasti mencari informasi sebelum menggunakan sebuah aplikasi.

Tabel 4.26

Mudah Mencari informasi Tentang Bibit.id di Tiktok

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	11	14.5%
3	Setuju	40	52.6%
4	Sangat Setuju	25	32.9%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%, tidak setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 14.5%, jawaban setuju 40 responden dengan persentase 52.6%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden dengan persentase 32.9%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 40 responden menjawab setuju.

Dengan demikian pernyataan dari para responden mayoritas menjawab mudah mencari informasi tentang Bibit.id di Tiktok

Tabel 4.27

Mendapatkan Informasi Dari Orang Terdekat

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.6%
2	Tidak Setuju	9	11.8%
3	Setuju	37	48.7%
4	Sangat Setuju	28	36.8%

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 2 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2.6%, tidak setuju sebanyak 9 responden dengan persentase 11.8%, jawaban setuju 37 responden dengan persentase 48.7%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 28 responden dengan persentase 36.8%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 37 responden menjawab setuju.

Dengan demikian pernyataan para responden mayoritas menjawab mendapatkan informasi dari teman atau kerabat dekat para responden, ditunjukkan dengan pernyataan mayoritas jawaban setuju dan sangat setuju dari pernyataan di atas.

c. Evaluasi Alternatif

Tabel 4.28

Membandingkan keunggulan Aplikasi Bibit.id dengan Lainnya

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3.9%
2	Tidak Setuju	7	9.2%
3	Setuju	37	48.7%
4	Sangat Setuju	29	38.2%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 3 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 3.9%, tidak setuju sebanyak 7 responden dengan persentase 9.2%, jawaban setuju 37 responden dengan persentase 48.7%, dan jawaban sangat setuju

sebanyak 29 responden dengan persentase 38.2%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 37 responden menjawab setuju.

Tabel 4.29

Acuan Penilaian Didapat Dari Review di Appstore dan Playstore

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	12	15.8%
3	Setuju	42	55.3%
4	Sangat Setuju	22	28.9%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%, tidak setuju sebanyak 12 responden dengan persentase 15.8%, jawaban setuju 42 responden dengan persentase 55.3%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden dengan persentase 28.9%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 42 responden menjawab setuju.

Dengan demikian pernyataan para responden mayoritas menjawab setuju pada pernyataan membuat acuan penilaian dari review yang ada pada Appstore dan Playstore.

d. Keputusan Pembelian

Tabel 4.30

Menggunakan Bibit.id Karena Sesuai Dengan Kebutuhan

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	4	5.3%
3	Setuju	44	57.9%
4	Sangat Setuju	28	36.8%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%, tidak setuju sebanyak 4 responden dengan persentase 5.3%, jawaban setuju 44 responden dengan persentase 57.9%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 28 responden dengan persentase 36.8%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 44 responden menjawab setuju.

Dengan demikian pernyataan para responden mayoritas menjawab menggunakan aplikasi Bibit.id karena sesuai dengan kebutuhan para responden untuk berinvestasi

Tabel 4.31

Menggunakan Bibit.id karena Nominal Investasi Rendah

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	10	13.2%
3	Setuju	38	50%
4	Sangat Setuju	28	36.8%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 0 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0%, tidak setuju sebanyak 10 responden dengan persentase 13.2%, jawaban setuju 38 responden dengan persentase 50%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 28 responden dengan persentase 36.8%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 38 responden menjawab setuju.

Dengan demikian pernyataan para responden mayoritas menjawab menggunakan Bibit.id karena nominal investasi yang rendah hanya mulai dari Rp10.000 saja sudah bisa berinvestasi di Bibit.id

Tabel 4.32

Menggunakan Bibit.id Karena Rekomendasi Orang Terdekat

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.6%
2	Tidak Setuju	11	14.5%
3	Setuju	37	48.7%
4	Sangat Setuju	26	34.2%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 2 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2.6%, tidak setuju sebanyak 11 responden dengan persentase 14.5%, jawaban setuju 37 responden dengan persentase 48.7%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 26 responden dengan persentase 34.2%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 37 responden menjawab setuju.

Dengan demikian pernyataan para responden mayoritas menjawab mendapatkan informasi dan menggunakan Bibit.id atas dasar rekomendasi dari orang terdekat para responden

e. Evaluasi Pasca Pembelian

Tabel 4.33

Merasa Puas Menggunakan Bibit.id untuk Investasi

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.6%
2	Tidak Setuju	8	10.5%
3	Setuju	44	57.9%
4	Sangat Setuju	22	28.9%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 2 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2.6%, tidak setuju sebanyak 8 responden dengan persentase 10.5%, jawaban setuju 44

responden dengan persentase 57.9%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden dengan persentase 28.9%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 44 responden menjawab setuju.

Berdasarkan dimensi evaluasi pasca pembelian mayoritas responden menjawab merasa puas dengan menggunakan aplikasi Bibit.id untuk Investasi dengan jawaban positif responden yang menjawab sebanyak 66 orang.

Tabel 4.34

Merasa Puas Karena Keamanan dan Kemudahan Transaksi

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.6%
2	Tidak Setuju	9	11.8%
3	Setuju	29	38.2%
4	Sangat Setuju	36	47.4%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 2 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2.6%, tidak setuju sebanyak 9 responden dengan persentase 11.8%, jawaban setuju 29 responden dengan persentase 38.2%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 36 responden dengan persentase 47.4%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 36 responden menjawab setuju.

Dengan demikian pernyataan para responden mayoritas merasa puas karena keamanan dan kemudahan bertransaksi pada aplikasi Bibit. sebanyak 60 responden menjawab merasa aman dan mudah ketika bertransaksi menandakan bahwa Bibit.id membuat investasi semakin aman dan juga semakin mudah.

Tabel 4.35

Bibit.id sangat berguna menunjang kebutuhan berinvestasi

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
2	Tidak Setuju	9	11.8%
3	Setuju	40	52.6%
4	Sangat Setuju	26	34.2%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%, tidak setuju sebanyak 9 responden dengan persentase 11.8%, jawaban setuju 40 responden dengan persentase 52.6%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 26 responden dengan persentase 34.2%. Jawaban terbanyak dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 40 responden menjawab setuju.

Dengan demikian pernyataan para responden mayoritas menjawab Bibit.id menunjang kebutuhan investasi mereka.

Tabel 4.36

Akan merekomendasikan Bibit.id kepada orang lain

No	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
2	Tidak Setuju	15	19.7%
3	Setuju	43	56.6%
4	Sangat Setuju	17	22.4%

Sumber: Hasil Penelitian 6 Januari 2023 di Tiktok @Bibit.id.

Berdasarkan data tabel di atas, diketahui bahwa 1 responden menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1.3%, tidak setuju sebanyak 15 responden dengan persentase 19.7%, jawaban setuju 43 responden dengan persentase 56.6%, dan jawaban sangat setuju sebanyak 17 responden dengan persentase 22.4%. Jawaban terbanyak

dalam item pernyataan ini ada pada jawaban setuju dengan 43 responden menjawab setuju.

Dengan demikian pernyataan para responden mayoritas menjawab mendapatkan informasi dari teman atau kerabat dekat para responden, ditunjukkan dengan pernyataan mayoritas jawaban setuju dan sangat setuju dari pernyataan di atas

4.2.4 Rekapitulasi Variabel X dan Y

a. Rekapitulasi Variabel X

Pada tabel berikut ditampilkan rekapitulasi hasil pengembangan atas pernyataan variable X

Tabel 4.37

**Rekapitulasi Hasil Pengembangan
Variabel X (Kreativitas Iklan)**

No.	Pernyataan	Mean
1.	X1	3.26
2.	X2	3.32
3.	X3	3.11
4.	X4	3.24
5.	X5	3.11
6.	X6	3.04
7.	X7	3.03
8.	X8	3.28
9.	X9	3.18
10.	X10	3.11
11.	X11	3.25
12.	X12	3.17
13.	X13	3.26
14.	X14	3.22
15.	X15	3.13
16.	X16	3.30
Jumlah		51.01
Rata-Rata		3.188

Sumber: Hasil Pengolahan 6 Januari 2023 di SPSS versi 25.0

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa variable Kreativitas Iklan pada iklan Bibit.id versi investasi bareng Deddy Corbuzier tergolong tinggi (Setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel Kreativitas Iklan (X) sebesar 3,188.

b. Rekapitulasi Variabel Y

Pada tabel berikut ditampilkan rekapitulasi hasil pengembangan atas pernyataan variable Y yakni Keputusan Pembelian atau Penggunaan Aplikasi Bibit.id.

Tabel 4.38
Rekapitulasi Hasil Pengembangan
Variabel Y (Keputusan Penggunaan Aplikasi)

No.	Pernyataan	Mean
1.	Y1	3.24
2.	Y2	3.17
3.	Y3	2.96
4.	Y4	3.16
5.	Y5	3.18
6.	Y6	3.20
7.	Y7	3.21
8.	Y8	3.13
9.	Y9	3.32
10.	Y10	3.24
11.	Y11	3.14
12.	Y12	3.13
13.	Y13	3.30
14.	Y14	3.20
15.	Y15	3.00
Jumlah		47.58
Rata-Rata		3.172

Sumber: Hasil Pengolahan 6 Januari 2023 di SPSS versi 25.0

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel Keputusan Pembelian pada iklan Bibit.id versi investasi bareng Deddy Corbuzier tergolong tinggi (Setuju), hal ini dapat dilihat dari

hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 3,172.

4.2.5 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel Bebas (X) yaitu Kreativitas Iklan Bibit.id terhadap variabel Terikat (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Berikut adalah pengolahan data hasil melalui *software* SPSS

Tabel 4.39

Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.505	.498	3.344

Sumber: Hasil Pengolahan 7 Januari 2023 di SPSS Versi 25.0

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel bebas (X) dengan satu variabel terikat (Y).

Dalam model summary di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,711. Dari table tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0.505, yang berpengertian bahwa pengaruh variable bebas (Kreativitas Iklan) terhadap variable terikat (Keputusan Pembelian) adalah sebesar 50.5% sedangkan sisanya adalah dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Tabel 4.40

Tabel ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	844.808	1	844.808	75.528	.000 ^b
	Residual	827.719	74	11.185		
	Total	1672.526	75			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Predictors: (Constant), KREATIVITAS IKLAN						

Sumber: Hasil Pengolahan 7 Januari 2023 di SPSS Versi 25.0

Output bagian tabel ANOVA menjelaskan bahwa apakah ada pengaruh yang signifikan Variabel X (Kreativitas Iklan) terhadap Variabel Y (Keputusan Pembelian). Dari perhitungan melalui *software* SPSS terlihat bahwa nilai Fhitung = 75.528 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat dikatakan ada pengaruh variabel Kreativitas Iklan terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4.41
Tabel Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.839	3.787		3.919	.000
	KREATIVITAS IKLAN	.642	.074	.711	8.691	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan 7 Januari 2023 di SPSS Versi 25.0

Dari output tabel *Coefficient* tersebut dapat diketahui bahwa nilai *constant* (a) sebesar 14.389, sedang nilai koefisien Regresi (b) 0.642,

Dengan diketahui

Y= Keputusan Pembelian

X= Kreativitas Iklan

a = nilai konstanta yang dalam penelitian ini adalah 14.839

b = nilai koefisien regresi yang dalam penelitian ini adalah 0.642

sehingga persamaan regresi dapat ditulis

$$Y = a + bX$$

$$Y = 14.389 + 0.642X$$

Jika nilai $X = 0$ akan diperoleh $Y = 14.389$. yang berarti koefisien regresi X sebesar 0.642 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Kreativitas Iklan, maka nilai Keputusan pembelian bertambah 0.642. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh Variabel X terhadap Y adalah positif

4.2.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari hasil penelitian terkait Kreativitas Iklan terhadap Keputusan pembelian. Dalam penelitian ini uji hipotesis menggunakan uji t dengan membandingkan hasil t hitung dengan t tabel dengan tingkat signifikan 10%

Kriteria Pengujian

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 ditolak dan H1 diterima (memiliki pengaruh)
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 diterima dan H1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Tabel 4.42
Tabel Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.839	3.787		3.919	.000
	KREATIVITAS IKLAN	.642	.074	.711	8.691	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil Pengolahan 7 Januari 2023 di SPSS Versi 25.0

Berdasarkan penghitungan SPSS Didapatkan t_{hitung} sebesar 3,919 dan t_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik dengan tingkat signifikan 10% dengan $df = n - k = 76 - 2 = 74$ adalah 1,665. Dengan ini nilai t_{tabel} 1,665.

Berdasarkan kriteria pengujian di atas terlihat bahwa nilai t_{hitung} (3,919) > t_{tabel} (1,665) maka dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Kreativitas Iklan (X) dengan Keputusan pembelian (Y)

4.2.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini memiliki dua variabel dimana Kreativitas Iklan sebagai variabel bebas atau variabel X dan Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat atau bisa disebut juga variabel Y. pada penelitian ini berfokus terhadap pengaruh Kreativitas iklan Bibit.id yang di iklankan pada media sosial Tiktok

terhadap keputusan pembelian dengan tujuan untuk mengetahui dan mengukur kreativitas iklan Bibit.id di Tiktok, mengetahui dan mengukur keputusan penggunaan aplikasi Bibit.id dan untuk mengukur seberapa besar pengaruh Kreativitas Iklan Bibit.id di Tiktok terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi

1. Kreativitas Iklan Bibit.id di Tiktok versi Investasi Bareng Deddy Corbuzier

Menurut Roman dalam (ericho,2016:29) Kreativitas adalah bagaimana mengkreasikan atau membuat sesuatu yang baru dari hal yang belum ada menjadi ada dengan penggabungan ide-ide yang telah ada. Kreativitas dapat berbentuk apapun dalam iklan Kreativitas Iklan adalah cara bagaimana mengkomunikasikan pesan iklan kepada *audience*.

Unsur Kreativitas iklan pada penelitian ini menggunakan dimensi menurut (Belch & Belch,2017:161) yaitu, Relevansi Iklan,Tema Iklan,Daya Tarik Pesan, dan Model Iklan. Kreativitas iklan dimensi pertama, yaitu relevansi iklan adalah bagaimana sebuah iklan memuat relevansi dari produk yang dijual oleh pelaku usaha dalam penelitian ini Bibit.id beriklan dengan sebuah kesesuaian produk yang dijual. Kedua, Tema iklan juga termasuk kedalam unsur kreativitas iklan menurut Belch Tema iklan adalah pesan utama dari sebuah iklan. Tema yang baik harus dapat memposisikan produk dengan kuat ke dalam pikiran pelanggan target dan memicu tindakan yang diinginkan seperti pembelian. Ketiga, Daya Tarik Pesan yaitu Pesan yang disampaikan dalam iklan harus cukup mampu membuat *audience* yang melihat iklan tertarik dari segi rasional maupun emosional. Keempat, Model Iklan yaitu Tokoh pendukung atau Model iklan yang diharapkan dapat memperkuat pesan iklan yang hendak disampaikan serta tokoh atau model iklan dapat juga memberikan citra yang positif. Keempat dimensi tersebutlah yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti sebagai unsur-unsur dari sebuah Kreativitas Iklan.

Hasil dari pengukuran keempat dimensi tersebut memiliki nilai rata-rata 3,188 yang berarti rata-rata responden menjawab setuju pada pernyataan yang diberikan. Pada pernyataan Variabel Kreativitas Iklan indikator dengan rata-rata tertinggi ketiga terdapat pada dimensi tema iklan indikator tema iklan yang menarik dengan pernyataan “Iklan Bibit.id menarik untuk ditonton sampai habis” dengan nilai rata-rata 3,28.

Kemudian indikator pernyataan tertinggi kedua terdapat pada dimensi Model Iklan indikator penggunaan model iklan meningkatkan citra positif brand dengan pernyataan “Deddy Corbuzier meningkatkan *image* positif aplikasi Bibit.id” dengan nilai rata-rata 3,30. Kemudian pernyataan dengan nilai tertinggi pertama yaitu terdapat pada dimensi Relevansi Iklan dengan pernyataan “Iklan Bibit.id sangat cocok diiklankan di Tiktok” yang ditunjukkan pada tabel 4.6 dengan nilai rata-rata 3,32.

Sedangkan untuk Variabel Kreativitas Iklan rata-rata terkecil berada pada dimensi Tema iklan indikator iklan mudah diingat. Pernyataan tersebut berbunyi “Dengan mudah mengingat iklan Bibit.id” mendapatkan rata-rata 3,03 dengan jawaban tidak setuju sebanyak 21,1% responden. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dikatakan Kreativitas Iklan Bibit.id di Tiktok cukup baik

2. Keputusan Penggunaan Aplikasi Bibit.id

Menurut Kotler sebelum memutuskan untuk membeli sebuah produk atau jasa konsumen melalui lima tahapan yaitu pengenalan masalah, mencari informasi, membandingkan beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah pembelian (Kotler&Keller, 2016:194). Pengukuran Variabel Keputusan pembelian menggunakan teori yang digunakan oleh (Kotler dan Keller,2016) dengan dimensinya yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, perilaku pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Kelima dimensi tersebut mempunyai nilai rata-rata 3,172 yang berarti rata-rata responden menjawab setuju pada pernyataan yang diberikan.

Pada pernyataan Variabel Keputusan Pembelian indikator dengan rata-rata tertinggi ketiga terdapat pada dimensi Keputusan Pembelian dengan pernyataan “Menggunakan Bibit.id karena Nominal Investasi Rendah” dengan nilai rata-rata 3,24. Kemudian, pernyataan tertinggi kedua terdapat pada dimensi perilaku pasca pembelian dengan pernyataan “Merasa puas dengan keamanan, kemudahan dan kelancaran transaksi di Bibit.id” dengan nilai rata-rata 3,30. Dan untuk pernyataan dengan rata-rata tertinggi pertama terdapat pada dimensi keputusan pembelian dengan pernyataan “Memutuskan menggunakan aplikasi Bibit.id karena sesuai dengan kebutuhan berinvestasi” dengan nilai rata-rata 3,32.

Sedangkan untuk Variabel Keputusan Pembelian rata-rata terkecil berada pada pernyataan nomor 3 dimensi Pengenalan Kebutuhan indikator pengenalan kebutuhan dari pihak eksternal. Pernyataan tersebut yang berbunyi “Pola hidup yang terdapat di sekitar lingkungan saya tidak memperhatikan pentingnya berinvestasi” mendapatkan rata-rata 2,96 dengan jawaban tidak setuju sebanyak 15 responden dengan persentase 19.7%

3. Pengaruh Kreativitas Iklan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi

Dari hasil yang ditemukan peneliti, dapat dikatakan bahwa unsur Kreativitas Iklan pada iklan Bibit.id di Tiktok yang berpengaruh terhadap perilaku keputusan pembelian. Hasil pengukuran rata-rata variabel Kreativitas Iklan (X) pada penelitian ini sebesar 3,188 sedangkan Variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu 3,172.

Pada pembahasan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Variabel X (Kreativitas Iklan) terhadap variabel (Y) Keputusan Pembelian kita dapat mengetahui melalui analisis uji regresi linear sederhana. Dari perhitungan uji regresi linear sederhana di peroleh nilai R yang disebut sebagai koefisien korelasi sebesar 0,723 yang berarti hubungan atau korelasi antara variabel Kreativitas iklan berpengaruh tinggi atau kuat. Hasil analisis selanjutnya dengan perolehan nilai R Square yang berarti koefisien determinasi sebesar 0,505 atau dapat dikatakan pengaruh variabel X

(Kreativitas Iklan) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 50,5% dan sisanya dipengaruhi oleh factor lain diluar penelitian. Untuk membuktikan adanya pengaruh Kreativitas Iklan terhadap Keputusan pembelian, maka dilakukanlah uji hipotesis dengan menggunakan uji t, yang mana pada hasilnya diperoleh nilai $t_{hitung} (3,919) > t_{tabel} (1,665)$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Kreativitas Iklan (X) dengan Keputusan pembelian (Y).