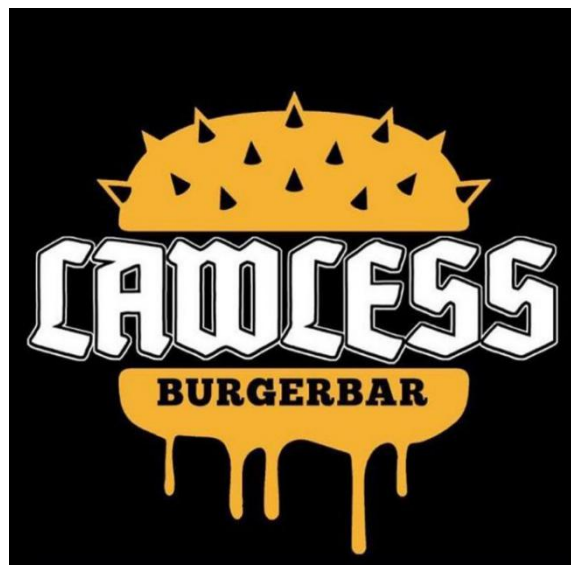


## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Lawless Burger.bar

Lawless Burger.bar merupakan sebuah gerai makanan yang menjual produk burger dengan konsep *heavy metal*, didirikan pada tahun 2017 dan berlokasi di Kemang, Jakarta Selatan, Lawless Burgerbar menjadi unit bisnis dibidang *food and beverage* pertama milik PT. Lawless Jakarta. Citra merek bernuansa *metalhead* diterapkan oleh Lawless disetiap aspek yang berkaitan dengan *brand* tersebut mulai dari *background* atau atmosfer di outlet, pernak-pernik yang dipajang di interior.



Gambar 4.1 Logo Lawless Burgerbar

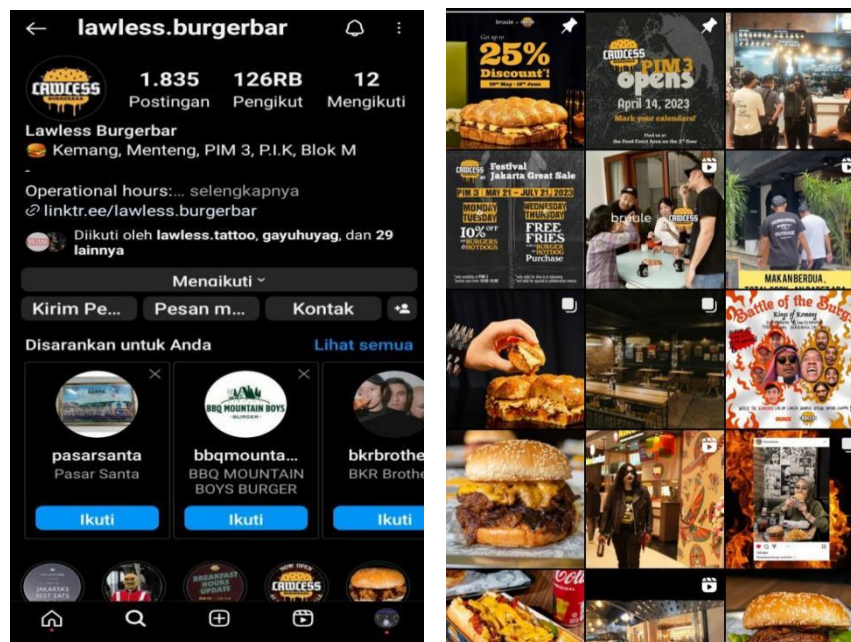
Sumber : pophariini.com

Yang menarik dari menu di Lawless Burgerbar, nama-nama menu Burgernya diambil dari nama-nama band serta lirik lagu rock dan metal, seperti contohnya The Lemmy (Lemmy Kilmister - Vokalis & bassist band Motorhead), Sabbath Burger (nama band rock asal Inggris, Black Sabbath), dan Motly Burg (band heavy metal Motly Crue). selain Burger,

mereka juga menyediakan menu lain berupa Sandwich (dari lagu Metallica “Enter Sandman”) juga Hot Dog seperti Dog Nasty (dari nama band Dag Nasty) . Saat ini Lawless Burgerbar memiliki 5 outlate di Jakarta, yaitu di Kemang, Menteng, PIM 3, PIK, dan M Blok. Salah satu menu yang favorit dari Lawless Burgerbar itu ada 3, yaitu Sabbath Burger, The Lemmy, dan Motley Burg.

Lawless Burgerbar mengundang Influencer atau musisi untuk launching menu baru yang memiliki Followers cukup banyak seperti selebgram yang tujuannya selain untuk memberikan informasi terkait produk baru juga untuk menarik perhatian konsumen untuk membeli. Pada beberapa kesempatan, Lawless Burgerbar mengeluarkan menu baru nya, seperti salah satu nya menu kolaborasi nya dengan Bruule yaitu Borner Sliders.

## 2. Akun Instagram Sebagai Media Promosi



Gambar 4.2 Akun Instagram @lawless.burgerbar

Sumber : Instagram.com/lawless.burgerbar

Media sosial Instagram merupakan media yang digunakan oleh Lawless Burgerbar untuk memberikan informasi terkait produk dan penawaran-penawaran menarik yang mendorong konsumen untuk membeli produk Lawless Burgerbar. Sosial media Lawless Burgerbar pada akun Instagram @lawless.burgerbar mulai aktif sejak 3 September 2017 dan sudah berjalan selama 6 tahun hingga saat ini. Dalam akun Instagram @lawless.burgerbar telah memiliki kurang lebih 126.000 *followers*. Melalui akun Instagram @lawless.burgerbar, Lawless Burgerbar memberikan informasi kepada *followers* terkait menu terbaru, promosi penjualan berupa Sampel, maupun kontes yang diadakan setiap minggunya. Media sosial Instagram Lawless.burgerbar sangat aktif dalam memberikan informasi mengenai produk dan promosi penjualan serta responsif terhadap pertanyaan dan saran yang diberikan oleh *followers* Instagram @lawless.burgerbar

## B. Hasil Penelitian

### 1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap 81 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. Usia Responden

**Tabel 4.1**  
**Usia Responden**

No	Variabel	Frekusnsi	Presentase
1	15-18	0	-
2	18-25	45	55,6%
3	25-40	31	38,3%
4	>40	5	6,1%
<b>Jumlah</b>		81	100%

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Dalam Tabel di atas dilihat bahwa dari 81 responden dalam penelitian ini, tidak ada responden dengan rentang usia 15-18 tahun, responden dengan rentang usia 18-25 tahun sebanyak 45 orang dengan persentase 55,6 %, responden dengan rentang usia 25-40 tahun sebanyak 31 orang dengan persentase 38,3 % dan responden dengan rentang usia > 40 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 6,1%. Maka dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa yang mendominasi yaitu responden dengan rentang usia 18-25 tahun sebanyak 45 orang dengan persentase 55,6%.

#### b. Status Pekerjaan

**Tabel 4.2**  
**Pekerjaan Responden**  
**N= 81**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	21	26 %
2	PNS	5	6,1%
3	Karyawan Swasta	35	43,3 %
4	Lainnya	20	24,6%
<b>Jumlah</b>		<b>81</b>	<b>100%</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas memperlihatkan bahwa dari 81 responden, responden dengan status Pelajar/Mahasiswa sebanyak 21 orang dengan persentase 26%, Pegawai Negeri Sipil sebanyak 5 orang dengan persentase 6,1%, Karyawan Swasta sebanyak 35 orang dengan persentase 43,3%, Dan lainnya sebanyak 20 orang dengan persentase 24,6%.

Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh responden dengan status pekerjaan Karyawan Swasta sejumlah 35 orang dengan persentase 43,2% diikuti

oleh responden dengan status Pelajar/Mahasiswa sejumlah 21 orang dengan persentase 26%.

## 2. Analisis Pernyataan Responden Mengenai Pengaruh Konten Media Sosial (Variabel X)

**Tabel 4.3**  
**Mengenal produk lawless Burgerbar karena ciri khasnya tersendiri yakni Heavy Metal Rock yang iconic**

**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	6	7.4%
Tidak Setuju	12	14.9%
Setuju	36	44.4%
Sangat Setuju	27	33.3%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 27 (33,3%) responden menjawab sangat setuju, 36 (44,4%) responden menyatakan setuju, 12 (14,9%) responden menyatakan tidak setuju dan 6 (7,4%) responden menyatakan sangat tidak setuju. Dapat terlihat bahwa sebagian besar responden menjawab setuju pada pernyataan tersebut karena responden mengenal produk lawless burger dari ciri khasnya yaitu heavt metal rock.

**Tabel 4.4**  
**Saya tertarik untuk mengetahui produk lebih dalam Ketika melihat desain unggahan yang dibuat oleh @lawless.burger**

**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	5	6.1%
Tidak Setuju	17	21%

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Setuju	23	28.5%
Sangat Setuju	36	44.4%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 36 (44,4%) responden menyatakan sangat setuju, 23 responden (28,5%) menyatakan setuju dan sebanyak 17 responden (21%) menyatakan tidak setuju. Kemudian sangat tidak setuju 5 (6,1%) responden. Sebagian besar menyatakan sangat setuju, hal ini disebabkan karena responden tertarik dengan isi konten unggahan @lawles.burgerbar.

**Tabel 4.5**  
**Isi Konten dan layout pada unggahan @lawless burgerbar**  
**menggambarkan bahwa tampilan merupakan produk yang**  
**berkualitas**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	9	11.1%
Tidak Setuju	16	19.7%
Setuju	22	27.2%
Sangat Setuju	34	42%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 34 (42%) responden menyatakan sangat setuju dan 22 responden (27,2%) menyatakan setuju pada pernyataan tersebut, 16 (19,7%) responden menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 9 (11,1%) responden. Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut karena responden mengetahui produk ini lebih dalam melihat desain unggahan. Isi konten dan layout pada unggahan menggambarkan bahwa produk yang ditampilkan merupakan produk yang berkualitas.

**Tabel 4.6**  
**Menjadi tertarik untuk membeli produk Ketika tampilan produk yang dipromosikan melalui Instagram @lawless.burgerbar**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	9	11.1%
Tidak Setuju	26	32%
Setuju	21	26%
Sangat Setuju	25	30.9%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 25 (30,9%) responden menyatakan sangat setuju dan 21 responden (26%) menyatakan setuju. Yang menyatakan tidak setuju 26 (32%) dan yang menyatakan sangat tidak setuju 9 (11,1%) responden. Hal itu disebabkan karena responden tertarik dengan tampilan produk melalui Instagram @lawles.burgerbar.

**Tabel 4.7**  
**Ketika melihat unggahan akun instgaram @lawless.burgerbar mendapatkan informasi mengenai produk baru yang di tawarkan lawless burgerbar**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	7	8.6%
Tidak Setuju	9	11.1%
Setuju	24	29.7%
Sangat Setuju	41	50.6%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Responden 41 (50,6%) menyatakan sangat setuju dan 24 responden (29,7%) menyatakan setuju, yang menyatakan tidak setuju 9 (11,1%) responden dan yang menyatakan sangat tidak setuju 7 (8,6%) responden. Hal itu karena responden jadi lebih banyak mengetahui produk baru dari postingan Instagram @lawless.burgerbar.

**Tabel 4.8**  
**Diskon yang ditawarkan pada menu terbaru melalui akun Instagram**  
**@lawless.burgerbar membuat tertarik untuk membeli produk**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	7	8.6%
Tidak Setuju	19	23.4%
Setuju	25	30.9%
Sangat Setuju	30	37.1%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 30 (37,1%) responden menyatakan sangat setuju dan 25 responden (30,9%) menyatakan sangat setuju, yang menyatakan tidak setuju 19 (23,4%) responden dan yang menyatakan sangat tidak setuju 7 (8,6%) responden. Sebagian besar responden menyatakan sangat setuju pada pernyataan tersebut, karena banyak diskon yang ditawarkan melalui akun instagram @lawlesburger.bar dengan produk-produk lawless burger.

**Tabel 4.9**  
**Tertarik membeli produk lawless burgerbar karena produk tersebut**  
**dipromosikan oleh beberapa influencer**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	13	16.1%
Tidak Setuju	16	19.7%
Setuju	26	32.1%
Sangat Setuju	26	32.1%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 26 responden (16,1%) menyatakan sangat setuju, 26 responden menyatakan setuju (16,1%), yang menyatakan tidak setuju 16 (19,7%) responden, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 13 (16,1%) responden. Hal itu dapat disimpulkan bahwa produk yang dipromosikan oleh influencer dapat menarik konsumen.



**Tabel 4.10**  
**Konten Instagram yang disajikan akun lawless burger bar**  
**mudah dipahami dari segi letak yang digunakan**

**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	12	14,9%
Tidak Setuju	20	24,4%
Setuju	25	31%
Sangat Setuju	24	29,7%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 24 (29,7%) responden menyatakan sangat setuju dan 25 responden (31%) menyatakan setuju, yang menyatakan tidak setuju 20 (24,4%) responden dan yang menyatakan sangat tidak setuju 12 (14,9%) responden. Dapat terlihat bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut karena konten Instagram yang disajikan sangat mudah di pahami.

**Tabel 4.11**  
**Caption yang ditulis oleh akun @lawlessburger membuat**  
**tertarik untuk mencoba menu yang ditampilkan pada unggahan**  
**tersebut**

**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	6	7,4%
Tidak Setuju	15	18,5%
Setuju	31	39,6%
Sangat Setuju	29	34,5%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 29 (34,5%) responden menyatakan sangat setuju, 31 responden (39,6%) menyatakan setuju, yang menyatakan tidak setuju 15 (18,5%) responden, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 6 (7,4%) responden. Dapat terlihat bahwa sebagian besar responden tertarik untuk mencoba produk Lawless Burgerbar setelah melihat caption pada unggahan.

**Tabel 4.12**  
**Penulisan caption pada unggahan feeds Instagram**  
**@lawlesburger.bar mudah untuk dipahami**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	6	7.4%
Tidak Setuju	6	7.4%
Setuju	31	39.6%
Sangat Setuju	37	45.6%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 37 responden (45,6%) menyatakan sangat setuju dan 34 responden (39,6%) menyatakan setuju. dan yang menyatakan tidak setuju 6 (7,4%) responden, dan 6 (7,4%) responden menyatakan sangat setuju. Dapat terlihat dari data di atas bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini disebabkan bahwa penulisan caption pada unggahan feeds Instagram mudah untuk dipahami

**Tabel 4.13**  
**Caption yang digunakan pada unggahan instagram**  
**@lawlesburger.bar memberikan keterangan mengenai keunggulan**  
**produk tersebut**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	6	7.4%
Tidak Setuju	15	18.5%
Setuju	36	44.4%
Sangat Setuju	24	29.7%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 24 (29,7%) responden menyatakan sangat setuju, 36 responden (44,4%) menyatakan setuju, yang menyatakan tidak setuju 15 responden (18,5%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 6 (7,4%) responden. Dapat terlihat dari data di atas

bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini disebabkan caption yang digunakan pada unggahan Instagram memberikan keterangan mengenai keunggulan produk.

**Tabel 4.14**  
**Selalu melihat unggahan @lawlesburger.bar diberanda pada saat menggunakan instagram**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	6	7.4%
Tidak Setuju	15	18.5%
Setuju	36	44.4%
Sangat Setuju	24	29.7%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 24 (29,7%) responden menyatakan sangat setuju, 36 responden (44,4%) menyatakan setuju, yang menyatakan tidak setuju 15 responden (18,5%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 6 (7.4%) responden. Dapat dilihat dari data di atas bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini dikarenakan unggahan @lawles.burgerbar selalu terlihat diberanda.

**Tabel 4.15**  
**Selalu mendapatkan update terbaru seperti promo, menu maupun evnt yang dikeluarkan oleh Lawless Burgerbar**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	6	7.4%
Tidak Setuju	6	7.4%
Setuju	31	39.6%
Sangat Setuju	37	45.6%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 37 (45,6%) responden menyatakan sangat setuju, 31 responden (39,6%) menyatakan setuju, yang menyatakan tidak setuju 6 responden (7,4%), dan yang menyatakan

sangat tidak setuju 6 (7.4%) responden. Dapat terlihat dari data di atas bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini disebabkan selalu mendapatkan update dari postingan.

**Tabel 4.16**  
**Tidak merasa terganggu ketika melihat unggahan**  
**@lawlesburger.bar di beranda pada saat menggunakan Instagram**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	6	7.4%
Tidak Setuju	6	7.4%
Setuju	31	39.6%
Sangat Setuju	37	45.6%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 37 (45,6%) responden menyatakan sangat setuju, 31 responden (39,6%) menyatakan setuju, yang menyatakan tidak setuju 6 responden (7,4), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 6 (7.4%) responden. Dapat terlihat dari data di atas bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini disebabkan responden tidak merasa terganggu dengan melihat unggahan Instagram @lawless.burgerbar.

**Tabel 4.17**  
**Konten yang dibuat @lawlesburger.bar mengikuti trend saat ini**

**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	12	14.9%
Tidak Setuju	20	24,4%
Setuju	25	31%
Sangat Setuju	24	29,7%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 24 (29,7%) responden menyatakan sangat setuju dan 25 responden (31%) menyatakan setuju, yang

menyatakan tidak setuju 20 (24,4%) responden dan yang menyatakan sangat tidak setuju 12 (14,9%) responden. Dapat terlihat bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Karena konten Instagram yang disajikan mengikuti trend saat ini.

**Tabel 4.18**  
**Banyak remaja atau kalangan dewasa yang menyukai dengan konten-konten @lawless.burgerbar**

**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	12	14.9%
Tidak Setuju	20	24.4%
Setuju	25	31%
Sangat Setuju	24	29.7%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 24 (29,7%) responden menyatakan sangat setuju dan 25 responden (31%) menyatakan setuju, yang menyatakan tidak setuju 20 (24,4%) responden dan yang menyatakan sangat tidak setuju 12 (14,9%) responden. Dapat terlihat sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Karena konten yang disajikan oleh Lawless Burgerbar disukai oleh remaja atau kalangan dewasa.

**Tabel 4.19**  
**Informasi yang disampaikan melalui konten @lawlesbugrer.bar sangat jelas dan mudah di pahami**

**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	12	14.9%
Tidak Setuju	20	24.4%
Setuju	25	31%
Sangat Setuju	24	29.7%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 24 (29,7%) responden menyatakan sangat setuju dan 25 responden (31%) menyatakan setuju, yang menyatakan tidak setuju 20 (24.4%) responden dan yang menyatakan sangat tidak setuju 12 (14,9%) responden. Dapat dilihat bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Karena informasi dari lawless burger sangat dipahami.

### 3. Analisis Keputusan Pembelian Variabel Y

**Tabel 4.20**  
**Memilih lawless burger bar karena membutuhkan makanan dan minuman yang menunjang kegiatan keseharian**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	5	6.1%
Tidak Setuju	12	14,9%
Setuju	39	48%
Sangat Setuju	25	31%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 25 (31%) responden menyatakan sangat setuju, dan 39 responden (48%) menyatakan setuju, yang menyatakan tidak setuju 12 (14,9%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 5 (6,1%) responden. Hal ini terlihat dari sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dan menyatakan setuju. Dikarenakan responden membutuhkan makanan dan minuman yang menunjang kegiatan keseharian sehingga memilih Lawless Burgerbar.

**Tabel 4.21**  
**Tertarik dengan menu-menu yang ada pada Lawles Burgerbar**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	4	5%
Tidak Setuju	7	8.6%

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Setuju	39	48%
Sangat Setuju	31	38.4%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 31 (38,4%) responden menyatakan sangat setuju, 39 responden (48%) menyatakan setuju, 7 responden (8,6%) yang menyatakan tidak setuju, dan 4 responden (5%) menyatakan sangat tidak setuju. Persentase tertinggi ada pada pernyataan setuju. Dapat disimpulkan bahwa responden tertarik dengan menu-menu yang ada pada Lawless Burgerbar.

**Tabel 4.22**  
**Membutuhkan pembelian produk lawless burger bar karena dapat dengan mudah dibeli secara online maupun offline**

**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	4	4,9%
Tidak Setuju	6	7.4%
Setuju	37	45,7%
Sangat Setuju	34	42%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 34 (42%) responden menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju 37 (45,7%) responden, yang menyatakan tidak setuju 6 responden (7,4%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 4 (4,9%) responden. Dari data tersebut membuktikan bahwa sebagian besar menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Karena responden melakukan pembelian pembelian produk lawless burger bar dengan mudah, baik secara online maupun offline.

**Tabel 4.23**  
**Melihat iklan lawless burger saya menjadi tertarik dan**  
**ingin mencobanya**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	6	7,4%
Tidak Setuju	15	18,5%
Setuju	34	42%
Sangat Setuju	6	32,1%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 26 (32,1%) responden menyatakan sangat setuju, 34 responden (42%) menyatakan setuju. yang menyatakan tidak setuju 15 (18,5%) responden. Dan yang menyatakan sangat tidak setuju 6 (32,1%) responden. Dari data tersebut dilihat bahwa sebagian besar menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut, sehingga responden menjadi tertarik dan ingin mencoba ketika melihat iklan.

**Tabel 4.24**  
**Setelah mengetahui apa yang dibutuhkan, mulai mencari informasi**  
**terkait produk-produk yang ada pada Lawless Burgerbar yang ingin dibeli**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	6	7,4%
Tidak Setuju	14	17,3%
Setuju	36	44,4%
Sangat Setuju	25	30,9%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 25 (30,9%) responden menyatakan sangat setuju, 36 responden (44,4%) menyatakan setuju. Yang menyatakan tidak setuju 14 (17,3) responden, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 6 (7,4%) responden. Dari data tersebut membuktikan bahwa responden mulai mencari informasi terkait produk Lawless Burgerbar setelah mengetahui apa yang dibutuhkan yang ada lawless burger yang ingin saya beli.



**Tabel 4.25**  
**Mengetahui informasi mengenai menu terbaru atau potongan harga**  
**yang diberikan oleh Lweless Burgerbar pada akun Instagram**  
**@lawless.burgerbar**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	5	6.5%
Tidak Setuju	11	14.3%
Setuju	41	53.2%
Sangat Setuju	20	26.0%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, sebanyak 20 (26%) responden menyatakan sangat setuju, 41 (53,2%) responden yang menyatakan setuju, 11 (14,3%) responden yang menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 5 (6,5%) responden. Dari data tersebut karna responden dapat mengetahui menu terbaru dan potongan harga dari Instagram.

**Tabel 4.26**  
**Setelah mendapatkan informasi dari akun tersebut, mencari**  
**informasi terkait harga dan menu terbaru melalui aplikasi online**  
**yang menjadi rekan bisnis Lawless Burgerbar**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	3	3.9%
Tidak Setuju	12	15.6%
Setuju	39	50.6%
Sangat Setuju	23	29.9%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Berdasarkan tabel di atas, 23 (29,9%) responden menyatakan sangat setuju, 39 (50,6%) responden menyatakan setuju, 12 (15,6%) responden yang menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 3 (3,9%) responden. Dari data diatas membuktikan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan tersebut, karena responden mendapatkan informasi melalui aplikasi online.

**Tabel 4.27**  
**Ketika akan melakukan pembelian produk lawless burgerbar, akan**  
**mengevaluasi menu yang dibutuhkan**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	14	18.2%
Setuju	33	42,8%
Sangat Setuju	29	37.7%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Responden 29 (37,7%) menyatakan sangat setuju, 33 (42,8%) responden menyatakan setuju, 14 (18,2%) responden yang menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 29 (37,7%) responden. Dapat terlihat dari data tersebut bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju ketika akan melakukan pembelian produk lawless burgerbar, akan mengevaluasi apa menu yang dibutuhkan.

**Tabel 4.28**  
**Lebih memilih Lawless Burgerbar dari pada yang lainnya karna**  
**menu yang disajikan sesuai yang ditawarkan**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	5	6,1%
Tidak Setuju	14	17,3%
Setuju	30	37%
Sangat Setuju	32	39.6%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Responden 32 (39,6%) menyatakan sangat setuju, 30 (37%) responden menyatakan setuju, 14 (17,3%) responden yang menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 5 (6,1%) responden. Dapat terlihat dari data tersebut bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju ketika akan melakukan pembelian produk

lawless burgerbar, karena menu yang disajikan sesuai dengan menu yang ditawarkan.

**Tabel 4.29**  
**Sebelum melakukan pembelian produk Lawless Burgerbar, akan membandingkan Lawless Burgerbar dengan produk makanan atau minuman lainnya**

**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	6	7,3%
Tidak Setuju	12	14,9%
Setuju	29	35,7%
Sangat Setuju	34	42%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Responden 34 (42%) menyatakan sangat setuju, 29 (35,7%) responden menyatakan setuju, 12 (14,9%) responden yang menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 6 (7,3%) responden. Dapat terlihat dari data tersebut bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju ketika akan melakukan pembelian produk lawless burgerbar, responden akan membandingkan produk Lawless Burger Bar dengan produk merek lain.

**Tabel 4.30**  
**Setelah mengevaluasi, menjadi tertarik untuk membeli produk Lawless Burgerbar sesuai kebutuhan yang perlukan (seperti makanan, minuman,dan cemilan)**

**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	2	2,5%
Tidak Setuju	12	14,9%
Setuju	42	51,9%
Sangat Setuju	25	30,7%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Responden 25 (30,7%) menyatakan sangat setuju, 42 (51,9%) responden menyatakan setuju, 12 (14,9%) responden yang menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 2 (2,5%) responden. Dapat terlihat dari data tersebut bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju setelah mengevaluasi, responden tertarik untuk membeli produk Lawless Burger Bar sesuai kebutuhan yang diperlukan.

**Tabel 4.31**  
**Ketika mendapatkan informasi mengenai menu yang ditampilkan oleh Lawless Burgerbar pada akun Instagram @lawless.burgerbar, memutuskan untuk melakukan pembelian di Lawless Burgerbar**

**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	4	4,9%
Tidak Setuju	7	8,6%
Setuju	32	39,6%
Sangat Setuju	38	46,9%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Responden 38 (46,9%) menyatakan sangat setuju, 32 (39,6%) responden menyatakan setuju, 7 (8,6%) responden yang menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 4 (4,9%) responden. Dapat terlihat dari data tersebut bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju bahwa responden akan melakukan pembelian produk lawless burgerbar, ketika melihat menu yang ditampilkan oleh Lawless Burger Bar.

**Tabel 4.32**  
**Merasa sangat mudah dalam melakukan pembelian baik melalui online atau walk-in**

**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	5	6%
Tidak Setuju	12	14,8%

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Setuju	34	41,9%
Sangat Setuju	30	37,6%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Responden 30 (37,6%) menyatakan sangat setuju, 34 (41,9%) responden menyatakan setuju, 12 (14,8%) responden yang menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 5 (6%) responden. Dapat terlihat dari data tersebut bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju dalam melakukan pembelian produk lawless burgerbar karena pembelian mudah dilakukan baik melalui *online* atau *walk-in*.

**Tabel 4.33**  
**Merasa metode pembayaran yang ditawarkan Lawless Burgerbar**  
**sangat mudah**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	7	8,6%
Tidak Setuju	10	12,4%
Setuju	22	27%
Sangat Setuju	42	52%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Responden 42 (52%) menyatakan sangat setuju, 22 (27%) responden menyatakan setuju, 10 (12,4%) responden yang menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 7 (8,6%) responden. Dapat terlihat dari data tersebut bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju karena responden merasa metode pembayaran yang terdapat pada Lawless Burger Bar sangat mudah.

**Tabel 4.34**  
**Setelah melakukan pembelian produk Lawless Burgerbar, tertarik**  
**melakukan pembelian ulang**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	8	9,8%
Tidak Setuju	13	16%
Setuju	25	30,1%
Sangat Setuju	35	44,1%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Responden 35 (44,1%) menyatakan sangat setuju, 25 (30,1%) responden menyatakan setuju, 13 (16%) responden yang menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 8 (9,8%) responden. Dapat terlihat dari data tersebut bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju yang artinya responden akan melakukan pembelian ulang produk Lawless BurgerBar.

**Tabel 4.35**  
**Setelah melakukan pembelian produk Lawless Burgerbar, bersedia**  
**untuk merekomendasikan produk tersebut kepada orang terdekat**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	14	17,3%
Tidak Setuju	5	6,1%
Setuju	25	31%
Sangat Setuju	37	45,6%
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Responden 37 (45,6%) menyatakan sangat setuju, 25 (31%) responden menyatakan setuju, 5 (6,1%) responden yang menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 14 (17,3%) responden. Dapat terlihat dari data tersebut bahwa sebagian besar responden

menyatakan setuju responden ketika akan melakukan pembelian produk Lawless BurgerBar, saya akan mengevaluasi apa menu yang saya butuhkan.

**Tabel 4.36**  
**Merasa puas setelah melakukan pembelian produk Lawless Burgerbar**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	2	3,1
Tidak Setuju	8	9,8
Setuju	30	37
Sangat Setuju	41	50,1
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Responden 41 (50,1%) menyatakan sangat setuju, 30 (37%) responden menyatakan setuju, 8 (9,8%) responden yang menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 2 (3,1%) responden. Dapat terlihat dari data tersebut bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju karena responden merasa puas setelah membeli produk Lawless BurgerBar.

**Tabel 4.37**  
**Akan memberikan review atau ulasan mengenai produk Lawless**  
**Burgerbar di media sosial**  
**N = 81**

<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tidak Setuju	10	12,3
Tidak Setuju	14	17,2
Setuju	22	27
Sangat Setuju	35	43,5
<b>Jumlah</b>	<b>81</b>	<b>100.0</b>

(Sumber : Hasil Penelitian bulan Juni 2023)

Responden 35 (43,5%) menyatakan sangat setuju, 22 (27%) responden menyatakan setuju, 14 (17,2%) responden yang menyatakan tidak setuju dan yang menyatakan sangat tidak setuju 10 (12,3%) responden. Dapat terlihat dari data tersebut bahwa sebagian besar

responden menyatakan sangat setuju bahwa responden akan memberikan ulasan mengenai produk Lawless BurgerBar.

#### 4. Rekapitulasi hasil pengembangan Variabel X

Berikut adalah hasil rekapitulasi pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X, yakni konten sosial media berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 4.38**  
**Rekapitulasi Variabel X**  
**(Konten Sosial Media)**

No	Pernyataan	Mean
1	X1	3,69
2	X2	3,11
3	X3	3,58
4	X4	3,54
5	X5	3,45
6	X6	3,07
7	X7	3,58
8	X8	3,60
9	X9	3,40
10	X10	3,09
11	X11	3,27
12	X12	3,02
13	X13	3,02
14	X14	3,17
15	X15	3,43
16	X16	3,87
17	X17	3,52
18	X18	3,20

Sumber data : Hasil Penelitian bulan Juni 2023

Secara keseluruhan responden menilai bahwa konten media sosial tergolong tinggi (setuju), hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Konten media sosial (X) sebesar 3,43



**Tabel 4.39**  
**Rekapitulasi Variabel Y**  
**(Keputusan Pembelian)**

No	Pernyataan	Mean
1	Y1	3,56
2	Y2	3,57
3	Y3	3,54
4	Y4	3,06
5	Y5	3,40
6	Y6	2,96
7	Y7	3,10
8	Y8	2,98
9	Y9	3,78
10	Y10	3,55
11	Y11	3,40
12	Y12	3,57
13	Y13	3,90
14	Y14	3,22
15	Y15	3,61
16	Y16	3,43
17	Y17	3,71
18	Y18	2,80
19	Y19	3,42

Sumber data : Hasil Penelitian bulan Juni 2023

Dapat disimpulkan dari data yang diperoleh secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel Keputusan Pembelian tergolong tinggi (Setuju), hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Keputusan pembelian (Y) sebesar 3,28.

## 5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel independen (X), yaitu Konten sosial media terhadap

variabel dependen (Y), yaitu Keputusan pembelian , berikut ini adalah data hasil dari SPSS :

**Tabel 4.40**  
***Model Summary***

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.619 <sup>a</sup>	.636	.536	3.19857

a. Predictors: (Constant), Konten media sosial

(Sumber: hasil perhitungan SPSS 25)

Analisis regresi yang digunakan pada bagian ini adalah regresi sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan variabel dependen. R di sebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel Konten sosial media terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 0, 619 artinya program mempunyai pengaruh yaitu sebesar 0, 619 yang artinya kuat. Hal tersebut dapat dilihat dari : 0,00-0,20 artinya sangat rendah atau lemah sekali, 0,20- 0,40 artinya rendah atau lemah tapi pasti, 0,40-0,70 artinya cukup berarti sedang, 0,70-0,90 artinya tinggi atau kuat, 0,90-1,00 artinya sangat tinggi atau kuat sekali.

Sedangkan R square disebut juga koefisien determinasi, dapat dibaca bahwa nilai R square menunjukkan 0, 636. Angka tersebut dapat diartikan bahwa konten sosial media terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 63,6% sementara sisanya yaitu sebesar 36,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Artinya Pengaruh Konten sosial media terhadap Keputusan pembelian.

Berikut ini adalah tabel ANOVA yang akan menunjukkan pengaruh antara variabel X dan variabel Y, yaitu:

**Tabel 4.41**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2724.834	1	2724.834	474.868	.000 <sup>b</sup>
	Residual	350.024	75	5.738		
	Total	3074.857	76			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Konten sosial media

Sumber data : Hasil Perhitungan SPSS versi 25

Berdasarkan table Anova di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 berarti tingkat signifikansinya memiliki pengaruh yang artinya signifikansi lebih kecil dari <0,50. Hal tersebut dapat dibuktikan pada tabel Anova yang memiliki nilai signifikansi sesuai dengan persyaratan <0,05 yaitu 0,000, dan dapat dilihat dari hasil uji hipotesis pada:

$$t \text{ hitung} = 5.550 > t \text{ tabel} = 1,98$$

Hal tersebut dapat dibuktikan pada tabel Anova yang memiliki nilai signifikansi sesuai dengan persyaratan <0,05 yaitu 0,000, dan dapat dilihat dari hasil uji hipotesis pada:

$$t \text{ hitung} = 5.550 > t \text{ tabel} = 1,984s$$

Dalam arti ada pengaruh Konten sosial media terhadap Keputusan Pembelian Adapun persamaan regresi yang didapatkan adalah:

$$Y = 14.056 + 1.984 X.$$

Artinya jika variabel X Konten sosial media sebesar 1.984 mengalami Penurunan, maka Keputusan Pembelian (variabel Y) mengalami peningkatan sebesar 14.056 skor

**Tabel 4.32**  
***Coefficients***

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.056	4.734		2.969	.004
	Keputusan Pembelian	.579	.104	.489	5.550	.000

a. Dependent Variable: Konten sosial media

data : Hasil Perhitungan SPSS versi 25

Untuk melihat t tabel, dapat dilihat dengan derajat bebas = n (jumlah sampel)-k (jumlah variabel). Sehingga derajat bebasnya adalah  $81-2 = 79$ , yang dilakukan uji 2 arah dengan signifikansi 10%. Untuk melihat uji hipotesis, yang dilihat pada tabel t hitung yaitu 5.550 dan t tabel yaitu 1,984. Karena nilai t hitung =  $5.550 > t \text{ table} = 1,984$ .

## 6. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel X yang telah didapat maka dapat dilakukan uji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk menguji apakah Konten sosial media terhadap Keputusan Pembeli

Rumus uji t sebagai berikut:

$$n = 81$$

$$r = 0,619$$

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

$$t = \frac{0,619\sqrt{(81-2)}}{\sqrt{(1-0,619^2)}}$$

$$t = 5,550$$

Dengan demikian nilai  $t$  adalah 1,984. Berdasarkan perhitungan tersebut, hasil perhitungan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $>1,984$  maka dapat ditentukan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten sosial media terhadap Keputusan pembelian.

Hipotesis Nol ( $H_0$ ) : Tidak terdapat pengaruh antara Konten sosial media terhadap Keputusan Pembelian.

Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) : Terdapat pengaruh antara Konten sosial media terhadap Keputusan Pembelian.

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

## **7. Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa konten sosial media memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin sering pembuatan konten sosial media yang menarik, maka akan semakin efektif untuk mempengaruhi seseorang dalam memutuskan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terkait konten sosial media, keputusan pembelian pada konsumen dan pengaruh konten sosial media terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tujuan tersebut pula didapatkan hasil bahwa dengan penyajian konten sosial media pada Lawless Burger Bar dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena secara tidak langsung konten yang disajikan dapat menarik, mengingatkan dan mempertahankan konsumen terhadap pembelian produk Lawless Burger Bar.

Dapat dilihat bahwa Konten sosial media adalah upaya perusahaan untuk menjalankan pemasarannya dan untuk meningkatkan pembelian.

Melihat hasil data yang telah diolah melalui SPSS Versi 25 dan mengaplikasikannya melalui teori-teori yang digunakan dapat disimpulkan bahwa ada tingkat pengaruh yang cukup kuat antara variabel X konten sosial media dan variabel Y yaitu Keputusan Pembelian. Yang artinya jika konten sosial media semakin menarik, aktif dan informatif, maka semakin meningkat pembelian terhadap produk yang disajikan.

Pada penelitian ini ditemukan R sebesar 0,619 , maka jika dilihat berdasarkan tabel koefisien korelasi artinya hubungan antara Variabel Konten Sosial Media berpengaruh kuat dengan keputusan pembelian. Lalu, hasil melalui uji regresi linear sederhana pada koefisien determinasi ( $R^2$ ) ditemukan sebesar 0,636 yang menunjukkan bahwa konten sosial media memberikan dampak sebesar 63,6% terhadap keputusan pembelian sedangkan 36,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Dapat dikatakan bahwa Konten sosial media terhadap Keputusan Pembelian signifikan.

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan, maka menurut responden dalam penelitian ini memberikan jawaban mengenai konten sosial media bahwa responen yang menjawab sangat setuju dan setuju lebih dominan dibandingkan menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai presentase pada tabel frekuensi jawaban sangat setuju dan setuju tidak berbeda jauh.

Menurut responden dalam penelitian ini memberikan jawaban mengenai keputusan pembelian bahwa yang menjawab sangat setuju dan setuju lebih dominan dibandingkan menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai presentase pada tabel frekuensi jawaban sangat setuju dan setuju tidak berbeda jauh.

Penelitian ini juga membahas mengenai Keputusan Pembelian yang dimana responden dalam penelitian ini sebagian besar menjawab Sangat setuju dengan pernyataan mengenai Keputusan Pembelian. Responden setuju bahwa informasi-informasi yang diberikan memudahkan responden untuk memutuskan pembelian.