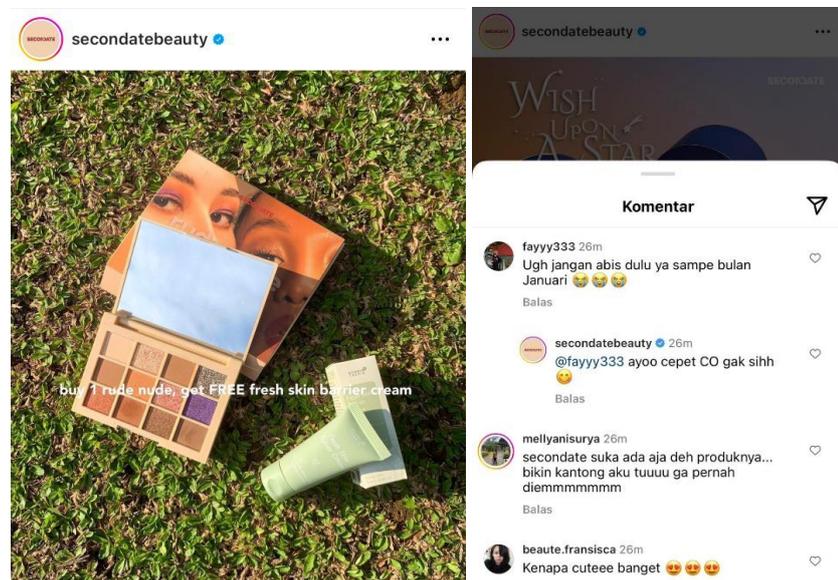


BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Secondate beauty merupakan kosmetik kecantikan atau yang biasa kita sebut *make up* sehari – hari. Secondate merupakan *brand make up* lokal yang memiliki *Co – founder* dari Secondate yaitu Titan Tyra seorang *content creator* dan *beauty influencer*. Selain itu Titan tyra memiliki partner dalam membangun perusahaannya ini yaitu dengan *entrepreneur* muda, Gita Amalia. Secondate Luncurkan di tahun 2020, ditahun yang bersamaan Secondate sekaligus meluncurkan produk pertamanya yaitu Milky Gel Lip Tint (MGLT) pada tanggal 20 Febuari. Secondate menggunakan media sosial sebagai alat utama melakukan *sales promotionnya*, salah satunya Instagram. Berikut 5 dimensi *sales promotion* yang dilakukan Secondate di Instagram.

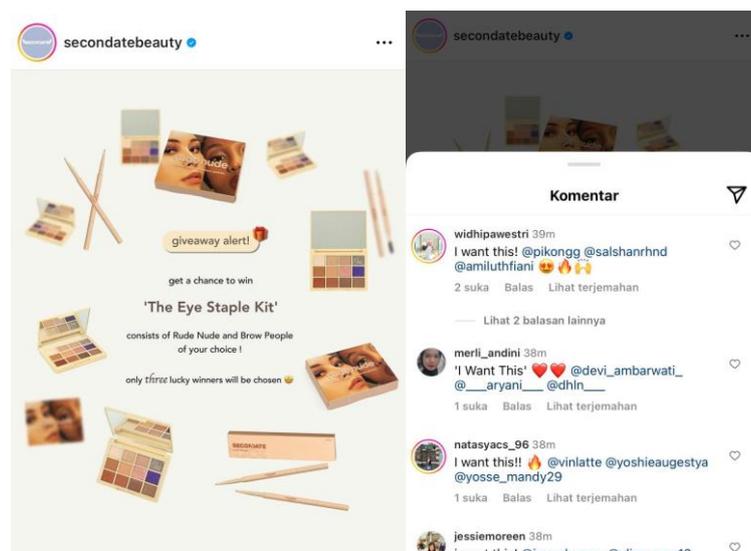


Gambar 4. 1 Sales Promotion di Instagram Secondate Berupa *Premi*
(Sumber: Instagram @secondatebeauty)

Premi salah satu bentuk dimensi *Sales Promotion* yang digunakan Secondate dalam mempromosikan produknya dengan memberikan produk secara gratis dalam pembelian salah satu produknya. Upaya ini

dilakukan agar konsumen lebih tertarik melakukan transaksi dan mencoba produk lainnya secara gratis bertujuan agar konsumen melakukan transaksi selanjutnya atau *repurchase*.

Secondate sangat aktif dalam membuat unggahan promosi yang dilakukan Secondate sebagai sarana informasi serta berkomunikasi dengan konsumen. Dilihat dari komentar unggahan-unggahan promosi tersebut banyak interaksi yang diberikan konsumen yang sangat antusias pada promosi yang sedang diadakan. Salah satu *Sales promotion* yang diadakan Secondate diantaranya dapat dilihat pada gambar diatas sebagai salah satu promosi “*Buy One Get Free*” yang dilakukan Secondate untuk menarik perhatian konsumen. Instagram.



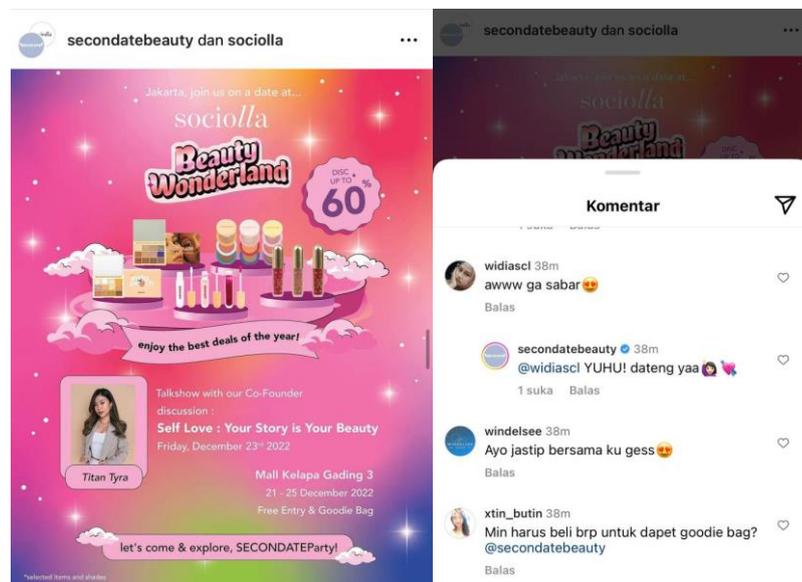
Gambar 4. 2 Sales Promotion di Instagram Secondate Berupa Contest, Games, Sweptakes
(Sumber: Instagram @secondatebeauty)

Pada gambar 4.2 unggahan *Sales Promotion* yang berupa dimensi *Contest, Games, Sweptakes*. Secondate mengadakan promosi berupa *Giveaway*, untuk mengikuti *Giveaway* tersebut konsumen diwajibkan berkomentar pada postingan dan men-tag 3 orang lainnya. Hal ini bertujuan agar semakin banyak peminat untuk mengikuti *Giveaway* tersebut. *Giveaway* ini berhadiahkan produk-produk Secondate agar konsumen lebih antusias mengikuti.



Gambar 4. 3 Sales Promotion di Instagram Secondate Berupa *Price Packs*
(Sumber: Instagram @secondatebeauty)

Dapat kita lihat unggahan promosi secondate pada gambar 4.3 konsumen dapat membeli produk secondate dengan harga lebih hemat dengan persyaratan membeli produk bundle. Promosi potongan harga bundle tersebut biasanya diadakan pada periode-periode yang telah ditentukan pada unggahan tersebut. maka dari itu *Price Packs* salah satu *sales promotion* yang digunakan pada promosinya di Instagram.



Gambar 4. 4 Sales Promotion di Instagram Secondate Berupa *Price off*
(Sumber: Instagram @secondatebeauty)

Sebuah *brand* kebanyakan akan mengadakan *Sales Promotion* berupa *Price Off* yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan. Secondate melakukan promosi *Price Off* ataupun potongan harga pada event akhir tahun. Karna sudah jelas konsumen mudah tertarik dengan potongan harga, Mungkin banyak yang menunggu hal ini saat ingin membeli suatu produk.



Gambar 4. 5 Sales Promotion di Instagram Secondate Berupa *Tie-in Promotion*
(Sumber: Instagram @secondatebeauty)

Tie-in Promotion ini pasti sudah sering kali kita lihat sebuah *brand* mengadakan kolaborasi dengan *brand* merek lain yang akan menawarkan harga lebih murah jika membeli produk kolaborasi. Hal ini bertujuan untuk mempromosikan *brand* satu sama lain. Terlihat pada gambar 4.5 Secondate berkolaborasi dengan *brand* Aeris, dimana Aeris ini terkenal dengan produk *brush Make Up*.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Penyebaran kuesioner pada penelitian ini dilakukan secara *online* dengan memberikan *Google Form* kepada 78 responden yang memenuhi karakteristik populasi. Dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pandangan responden sebagai *followers* Instagram @secondatebeauty mengenai *sales promotion* secondate yang dilakukan terhadap keputusan pembelian. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner, hasil data dikumpulkan

dan diolah kedalam bentuk tabel berdasarkan identitas responden dan variabel-variabel yang diteliti. Paparan Hasil penelitian dapat dilihat sebagai berikut.

1. Data Responden

a. Jenis kelamin

Tabel 4. 1 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki – Laki	0	0
Perempuan	78	100.0
Total	78	100.0

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Data pada tabel demografi responden berdasarkan jenis kelamin di atas, dapat dilihat sebanyak 78 orang responden berjenis kelamin perempuan.

b. Usia

Tabel 4. 2 Demografi Responden Berdasarkan Usia

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
<20 tahun	11	14.1
21 – 29 tahun	61	78.2
30-39 tahun	6	7.7
Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Data pada tabel demografi responden berdasarkan usia di atas, dapat diketahui sebanyak 78 orang responden terbagi atas 11 orang berusia kurang dari 20 tahun, 61 orang berusia 21-29 tahun, dan 7.7% atau 6 orang berusia 30-39 tahun. Dapat disimpulkan

dari data diatas didominasi oleh responden yang berusia 21-29 tahun yaitu sebesar 78.2%.

2. Pernyataan Variabel X (Pengaruh *Sales Promotion* Kosmetik Secondate di Instagram @secondatebeauty)
 - a. *Price Off*

**Tabel 4. 3 Konsumen mendapatkan informasi diskon di akun Instagram @secondatebeauty
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	38	48.7
2.	Setuju	34	43.6
3.	Tidak Setuju	6	7.7
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 38 (48.7%) orang sangat setuju, 34 (43.6%) orang menyatakan setuju, 6 (7.7%) orang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 90% responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa responden dapat melihat informasi mengenai diskon yang diberikan oleh secondate.

**Tabel 4. 4 Pada unggahan @secondatebeauty terdapat informasi masa periode diskon
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	39	50.0

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
2.	Setuju	34	43.6
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 39 (50%) orang menyatakan sangat setuju, 34 orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan hanya 1 orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden mendominasi pilihan sangat setuju dan setuju bahwa pada unggahan Secondate terdapat informasi masa periode diskon.

Tabel 4. 5 Secondate selalu memberikan informasi potongan harga di Instagram @secondatebeauty

N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	46.2
2.	Setuju	37	47.4
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 36 (46.2%) orang menyatakan sangat setuju, 37 orang menyatakan setuju, 4 orang

atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.2%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan setuju dan sangat setuju jika Secondate selalu memberikan informasi potongan harga di akun Instagram @secondatebeauty.

**Tabel 4. 6 Potongan harga Secondate membuat saya tertarik ingin membeli
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	37	47.4
2.	Setuju	36	46.2
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 37 (547.4%) orang menyatakan sangat setuju, 36 orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan 1 (11.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa potongan harga yang diberikan @secondatebeauty membuat saya ingin membeli produk Secondate.

b. *Contest, Games, Sweptakes*

**Tabel 4. 7 Konsumen melihat informasi *giveaway* di Instagram @secondatebeauty
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	39	50.0
2.	Setuju	34	43.6
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 39 (50%) orang menyatakan sangat setuju, 34 orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan hanya 1 orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden mendominasi pilihan sangat setuju dan setuju bahwa banyak responden melihat informasi *giveaway* di akun Instagram @secondatebeauty.

**Tabel 4. 8 Persyaratan mengikuti *giveaway* secondate sangat mudah diikuti
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	40	51.3
2.	Setuju	33	42.3
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 40 (51.3%) orang menyatakan sangat setuju, 33 (42.3%) orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan hanya 1 orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa persyaratan mengikuti *giveaway* *Secondate* sangat mudah diikuti.

Tabel 4. 9 Hadiah *giveaway* *secondate* membuat konsumen mengikuti *giveaway*
N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	37	47.4
2.	Setuju	36	46.2
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 37 (47.4%) orang menyatakan sangat setuju, 36 orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan

setuju bahwa hadiah *giveaway* yang diberikan *secondate* sangatlah menarik sehingga membuat saya mengikuti *giveaway* tersebut.

**Tabel 4. 10 Hadiah *giveaway* yang diberikan *Secondate* berupa kosmetik
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	46.2
2.	Setuju	38	48.7
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 36 (46.2%) orang menyatakan sangat setuju, 38 (48.7%) orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa hadiah *giveaway* yang diberikan *secondate* berupa produk kosmetik *Secondate*.

c. *Price Packs*

**Tabel 4. 11 Konsumen melihat paket harga di Instagram
@secondatebeauty
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	38	48.7
2.	Setuju	36	46.2

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
3.	Tidak Setuju	3	3.8
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 38 (48.7%) orang menyatakan sangat setuju, 36 (46.2%) orang menyatakan setuju, 3 orang atau 3.8% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden melihat informasi paket harga “Disney Princess Collection Bundle” di Instagram @secondatebeauty.

**Tabel 4. 12 Paket harga Secondate membuat konsumen tertarik membeli
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	38	48.7
2.	Setuju	33	42.3
3.	Tidak Setuju	7	9.0
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 38 (48.7%) orang menyatakan sangat setuju, 33 (42.3%) orang menyatakan setuju, 7 orang atau 9% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa paket harga yang diberikan membuat saya tertarik membeli produk paket harga.

Tabel 4. 13 Paket harga dapat dibeli disemua platform e-commerce Secondate
N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	35	44.9
2.	Setuju	39	50.0
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 35 (44.9%) orang menyatakan sangat setuju, 39 (50.0%) orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa paket harga yang diberikan dapat dibeli di semua platform e-commerce Secondate.

Tabel 4. 14 Secondate memberikan harga murah jika membeli produk paket harga
N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	34	43.6
2.	Setuju	39	50.0

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
3.	Tidak Setuju	5	6.4
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 34 (43.6%) orang menyatakan sangat setuju, 39 (50.0%) orang menyatakan setuju, 5 orang atau 6.4% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa Secondate memberikan harga lebih murah jika membeli produk paket harga.

d. Premi

**Tabel 4. 15 Secondate memberikan produk gratis pada pembelian produk tertentu
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	40	51.3
2.	Setuju	34	43.6
3.	Tidak Setuju	2	2.6
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2.6
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 40 (51.3%) orang menyatakan sangat setuju, 34 (43.6%) orang menyatakan setuju,

2 orang atau 2.6% menyatakan tidak setuju, dan 2 (2.6%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden melihat postingan di akun Instagram @secondatebeauty memberikan produk gratis pada pembelian produk tertentu.

Tabel 4. 16 Setiap pembelian produk bundle Secondate mendapatkan harga murah
N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	40	51.3
2.	Setuju	30	38.5
3.	Tidak Setuju	7	9.0
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 40 (51.3%) orang menyatakan sangat setuju, 30 (38.5%) orang menyatakan setuju, 7 orang atau 9.0% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden melihat di akun Instagram @secondatebeauty yaitu setiap pembelian produk bundle akan mendapatkan harga lebih murah.

Tabel 4. 17 Secondate memberikan produk gratis setiap pembelian produk Face Castle
N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	46.2
2.	Setuju	36	46.2
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2.6
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 36 (46.2%) orang menyatakan sangat setuju, 36 (46.2%) orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan 2 (2.6%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden melihat postingan di akun Instagram @secondatebeauty memberikan produk gratis jika membeli produk Face Castle.

Tabel 4. 18 Secondate memberikan gift photocard pada pembelian Disney Collection
N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	46.2
2.	Setuju	37	47.4
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 36 (46.2%) orang menyatakan sangat setuju, 37 (47.4%) orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden melihat postingan di akun Instagram @secondatebeauty yaitu setiap pembelian Disney Collection akan mendapatkan *gift photocard*.

e. *Tie-in Promotion*

**Tabel 4. 19 Instagram @secondatebeauty mempromosikan produk lain
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	41	52.6
2.	Setuju	32	41.0
3.	Tidak Setuju	5	6.4
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 41 (52.6%) orang menyatakan sangat setuju, 32 (41.0%) orang menyatakan setuju,

5 orang atau 6.4% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden melihat di akun Instagram @secondatebeauty mempromosikan produk lain.

**Tabel 4. 20 Rangka Birthday Giveaway Secondate memberikan produk lain
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	41	52.6
2.	Setuju	32	41.0
3.	Tidak Setuju	5	6.4
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 41 (52.6%) orang menyatakan sangat setuju, 32 (41.0%) orang menyatakan setuju, 5 orang atau 6.4% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden melihat postingan di akun Instagram @secondatebeauty memberikan produk gratis pada pembelian produk tertentu.

Tabel 4. 21 Harga lebih murah jikak membeli bundle Secondate dengan produk merek lain

N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	46.2
2.	Setuju	36	46.2
3.	Tidak Setuju	6	7.7
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 36 (51.3%) orang menyatakan sangat setuju, 36 (46.2%) orang menyatakan setuju, 6 orang atau 7.7% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa Secondate menawarkan harga lebih murah jika membeli produk bundle Secondate dengan produk merek lain.

Tabel 4. 22 Setiap pembelian produk Secondate akan mendapatkan produk merek lain dengan gratis

N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	46.2
2.	Setuju	34	43.6
3.	Tidak Setuju	6	7.7
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2.6
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 36 (46.2%) orang menyatakan sangat setuju, 34 (43.6%) orang menyatakan setuju, 6 orang atau 7.7% menyatakan tidak setuju, dan 2 (2.6%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa Secondate memberikan produk kosmetik merek lain secara gratis setiap pembelian produk Secondate.

3. Pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembelian Kosmetik Secondate di Instagram)
 - a. Pengenalan Masalah

Tabel 4. 23 Sebelum membeli produk mencari tahu terlebih dahulu produk yang dibutuhkan
N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	40	51.3
2.	Setuju	34	43.6
3.	Tidak Setuju	3	3.8
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 40 (51.3%) orang menyatakan sangat setuju, 34 (43.6%) orang menyatakan setuju, 3 orang atau 3.8% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih reponden menyatakan sangat setuju dan

setuju bahwa sebelum membeli produk responden mencari tahu terlebih dahulu produk yang responden butuhkan.

Tabel 4. 24 Secondate dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan
N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	41	52.6
2.	Setuju	31	39.7
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2.6
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 41 (52.6%) orang menyatakan sangat setuju, 31 (39.7%) orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan 2 (2.6%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa Secondate dapat memenuhi kebutuhan yang responden inginkan.

b. Pencarian Informasi

Tabel 4. 25 Mencari informasi tentang Secondate di media sosial
N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	38	48.7
2.	Setuju	35	44.9

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 38 (48.7%) orang menyatakan sangat setuju, 35 (44.9%) orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden mencari informasi tentang produk Secondate di media sosial.

**Tabel 4. 26 Mengetahui Secondate dari kerabat ataupun keluarga
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	37	47.4
2.	Setuju	33	42.3
3.	Tidak Setuju	8	10.3
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 37 (47.4%) orang menyatakan sangat setuju, 33 (42.3%) orang menyatakan setuju, 8 orang atau 10.3% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden mengetahui informasi produk secondate dari kerabat ataupun keluarga.

**Tabel 4. 27 Mencari informasi Secondate melalui testimony
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	35	44.9
2.	Setuju	38	48.7
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 35 (44.9%) orang menyatakan sangat setuju, 38 (48.7%) orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden mencari informasi Secondate melalui testimony di platform e-commerce secondate.

c. Evaluasi Alternatif

**Tabel 4. 28 Sebelum membeli membandingkan dengan produk competitor
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	46.2

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
2.	Setuju	37	47.4
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 36 (46.2%) orang menyatakan sangat setuju, 37 (47.4%) orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa sebelum responden membeli, responden membandingkan terlebih dahulu dengan produk kompetitor lainnya.

**Tabel 4. 29 Memilih secondate setelah membandingkan dengan kompetitor
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	46.2
2.	Setuju	37	47.4
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 36 (46.2%) orang menyatakan sangat setuju, 37 (47.4%) orang menyatakan setuju,

4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden memilih secondate setelah membandingkan dengan kompetitor yang serupa.

d. Keputusan Pembelian

Tabel 4. 30 Membeli Secondate karena kelebihan dari produk tersebut
N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	40	51.3
2.	Setuju	33	42.3
3.	Tidak Setuju	4	5.1
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 40 (51.3%) orang menyatakan sangat setuju, 33 (42.3%) orang menyatakan setuju, 4 orang atau 5.1% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden memutuskan melakukan pembelian secondate karena responden mengetahui kelebihan dari produk tersebut.

Tabel 4. 31 Memutuskan pembelian Secondate karena promo menarik
N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	39	50.0
2.	Setuju	35	44.9
3.	Tidak Setuju	3	3.8
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 39 (50.0%) orang menyatakan sangat setuju, 35 (44.9%) orang menyatakan setuju, 3 orang atau 3.8% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa responden memutuskan melakukan pembelian Secondate karena melihat postingan akun instagram @secondatebeauty memiliki promosi yang menarik.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Tabel 4. 32 Bersedia memberikan reekomendasi kepada kerabat atau keluarga
N=78

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	34	43.6
2.	Setuju	39	50.0
3.	Tidak Setuju	3	3.8

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2.6
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 34 (43.6%) orang menyatakan sangat setuju, 39 (50.0%) orang menyatakan setuju, 3 orang atau 3.8% menyatakan tidak setuju, dan 2 (2.6%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa setelah responden membeli secondate, responden bersedia untuk memberikan testimoni dan merekomendasikan kepada kerabat ataupun keluarga.

**Tabel 4. 33 Memberikan penilaian berisi koreksi pada produk Secondate
N=78**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Setuju	35	44.9
2.	Setuju	37	47.4
3.	Tidak Setuju	5	6.4
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1.3
	Total	78	100.0

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel di atas, menunjukkan sebanyak 35 (44.9%) orang menyatakan sangat setuju, 37 (47.4%) orang menyatakan setuju, 5 orang atau 6.4% menyatakan tidak setuju, dan 1 (1.3%) orang menyatakan sangat tidak setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan data yang didapat dalam penelitian ini 90% lebih responden menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa setelah responden membeli secondate responden akan memberikan penilaian berisi koreksi pada produk secondate.

4.3 Rekapitulasi Hasil Variabel X

Rekapitulasi hasil pengembangan tiap indikator variabel X yakni *Sales Promotion* pada akun Instagram @secondatebeauty dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4. 34 Rekapitulasi Hasil Pengembangan Variabel X (*Sales Promotion*)

No.	Pernyataan	Mean
1.	Ketika saya melihat postingan akun instagram @secondatebeauty saya mendapatkan informasi mengenai diskon yang diberikan oleh secondate	3.41
2.	Pada postingan @secondatebeauty terdapat informasi masa berlaku diskon	3.42
3.	Secondate selalu memberikan informasi potongan harga di akun instagram @secondatebeauty	3.38
4.	Potongan harga yang diberikan @secondate membuat saya ingin membeli produk secondate	3.46
5.	Saya melihat informasi <i>giveaway</i> di akun instagram @secondatebeauty	3.42
6.	Persyaratan mengikuti <i>giveaway</i> secondate sangat mudah diikuti	3.43
7.	Hadiah <i>giveaway</i> yang diberikan secondate sangatlah menarik sehingga membuat saya mengikuti <i>giveaway</i> tersebut	3.39
8.	Hadiah <i>giveaway</i> yang diberikan secondate berupa produk kosmetik Secondate	3.41
9.	Saya melihat informasi paket harga “Disney Princess Collection Bundle” di instagram @secondatebeauty	3.42

No.	Pernyataan	Mean
10.	Paket harga yang diberikan membuat saya tertarik membeli produk paket harga	3.39
11.	Paket harga yang diberikan dapat dibeli di semua platform e-commerce Secondate	3.39
12.	Secondate memberikan harga lebih murah jika membeli produk paket harga	3.37
13.	Saya melihat postingan di akun instagram @secondatebeauty memberikan produk gratis pada pembelian produk tertentu	3.43
14.	Saya melihat di akun instagram @secondatebeauty yaitu setiap pembelian produk bundle akan mendapatkan harga lebih murah	3.39
15.	Saya melihat postingan di akun instagram @secondatebeauty memberikan produk gratis jika membeli produk Face Castle	3.35
16.	Saya melihat di akun instagram @secondatebeauty yaitu setiap pembelian Disney Collection akan mendapatkan gift photocard	3.38
17.	Saya melihat akun instagram @secondatebeauty mempromosikan produk lain	3.39
18.	Saya melihat akun instagram @secondatebeauty dalam rangka Birthday Giveaway memberikan produk lain	3.42
19.	Secondate menawarkan harga lebih murah jika membeli produk Bundle Secondate dengan produk merek lain	3.38
20.	Secondate memberikan produk kosmetik merek lain secara gratis setiap pembelian produk Secondate	3.33
	Total	67.96
	Rata-Rata	3.39

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan hasil rekapitulasi yang dapat dilihat pada tabel diatas, secara keseluruhan dapat diketahui responden memberikan penilaian bahwa *sales promotion* Secondate pada akun Instagram @secondatebeauty tergolong tinggi (setuju). Hal tersebut ditunjukkan

dengan nilai rata – rata jawaban responden pada variable X sebesar 3.39.

4.3.1 Rekapitulasi Hasil Variabel Y

Rekapitulasi hasil pengembangan tiap indikator variable Y yakni Keputusan Pembelian terhadap Secondate dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4. 35 Rekapitulasi Hasil Pengembangan Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No.	Pernyataan	Mean
1.	Sebelum membeli produk saya mencari tahu terlebih dahulu produk yang saya butuhkan	3.44
2.	Secondate dapat memenuhi kebutuhan yang saya inginkan	3.42
3.	Saya mencari informasi tentang produk secondate di social media	3.41
4.	Saya mengetahui informasi produk secondate dari kerabat ataupun keluarga	3.37
5.	Saya mencari informasi secondate melalui testimoni di platform e-commerce secondate	3.37
6.	Sebelum saya membeli saya membandingkan terlebih dahulu dengan produk kompetitor lainnya	3.38
7.	Saya memilih secondate setelah membandingkan dengan kompetitor yang serupa	3.38
8.	Saya memutuskan melakukan pembelian secondate karena saya mengetahui kelebihan dari produk tersebut	3.43
9.	Saya memutuskan melakukan pembelian Secondate karena melihat postingan akun instagram @secondatebeauty memiliki promosi yang menarik	3.43
10.	Setelah saya membeli secondate, saya bersedia untuk memberikan testimoni dan merekomendasikan kepada kerabat ataupun keluarga	3.34
11.	Setelah saya membeli secondate saya akan memberikan penilaian berisi koreksi pada produk secondate.	3.35

No.	Pernyataan	Mean
	Total	37.32
	Rata-Rata	3.39

Sumber: Hasil Output Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan hasil rekapitulasi yang dapat dilihat pada tabel diatas, secara keseluruhan dapat diketahui responden memberikan penilaian bahwa keputusan pembelian terhadap Secondate tergolong tinggi (setuju). Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai rata – rata jawaban responden pada variabel Y sebesar 3.39.

4.4 Teknik Analisis Data

4.4.1 Uji Analisis Regresi Sederhana

Uji regresi linier pada penelitian ini guna mengukur pengaruh antara variabel independen (X) yaitu sales promotion di akun instagram Secondate terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Berikut hasil data yang diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 22 menunjukkan hasil sebagai berikut.

Tabel 4. 36 Tabel Uji Regresi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2384,554	1	2384,554	1149,449	.000 ^b
	Residual	157,664	76	2,075		
	Total	2542,218	77			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Sales Promotion

Sumber: Output SPSS 22, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh nilai uji ANOVA menghasilkan angka F sebesar 1149,449 dengan

angka probabilitas (sig.) 0,000 dan nilai signifikansi $\alpha = 0,05$. Untuk dapat memprediksi variabel terikat, maka nilai probabilitas harus memiliki nilai $< 0,05$. Berdasarkan angka probabilitas (sig.) $0,000 < 0,05$ maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi adanya pengaruh *sales promotion* kosmetik Secondate di Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen.

Tabel 4. 37 Tabel Coefficients

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,260	1,107		,235	,815
	Sales Promotion	,545	,016	,968	33,904	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 22, 2023

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). pada tabel 4. Menunjukkan nilai Constant (a) sebesar 0,260, sedangkan nilai koefisien regresi sebesar 0,545 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 0,260 + 0,545$$

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai $X = 0$ maka $Y = 0,260$ jika $X = 1$ maka peningkatan pada Y akan bernilai 0,545. Artinya setiap peningkatan variabel independen (X) yaitu sales promotion Secondate di Instagram sebesar 1%

akan meningkatkan variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian konsumen sebesar 0,545.

4.4.2 Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat hubungan yang terjadi diantara variabel X dengan variabel Y maka harus dilakukan uji koefisien.

Tabel 4. 38 Analisis Hasil Uji Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.968 ^a	.938	.937	1,44032

a. Predictors: (Constant), Sales Promotion

Sumber: Output SPSS 22, 2023

Pada table diatas menunjukkan nilai R sebesar 0,968. Maka dapat disimpulkan nilai R atau koefisien korelasi antara variabel X yaitu sales promotion kosmetik Secondate di Instagram terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian konsumen memiliki pengaruh yang kuat karena nilai R = 0,968 berada pada angka koefisien korelasi > 0,90.

Sedangkan R square disebut juga sebagai koefisien determinasi. Dapat dilihat pada tabel diatas nilai R square menunjukkan nilai sebesar 0,938. Maka dapat dijelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen yang disebabkan oleh *sales promotion* Secondate di Instagram @secondatebeauty yang memiliki pengaruh sebesar 93,8% sementara sisanya 6,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Maka dapat disimpulkan berdasarkan data diatas sales promotion

Secondate di Instagram memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 93,8%.

4.4.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel X dengan variabel Y yang telah diperoleh dari hasil survei. Pengujian hipotesis ini menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi X dengan Y

n = jumlah sampel

Diketahui :

r = 0,968

n = 78

$$t = \frac{0,968 \sqrt{78-2}}{\sqrt{1-0,968^2}}$$

$$t = \frac{0,968\sqrt{76}}{\sqrt{1-0,968^2}}$$

$$t = \frac{8,438}{0,250}$$

$$t = 33,752$$

Jika thitung > ttabel maka H0 ditolak dan Ha diterima

Jika thitung < ttabel maka H0 diterima dan Ha ditolak

Dapat diketahui bahwa thitung yaitu 33,752, sedangkan untuk *ttabel* 1,661 (didapat dari rumus n-2, dimana n adalah jumlah sampel 78-2 = 76) dengan derajat kebebasan sebesar 76 dan dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,10$ atau 10%. Didapat nilai thitung (33,752) > *ttabel* (1,661)

dengan nilai signifikansi $\alpha = 0,10$, hal ini menunjukkan ada pengaruh antara *Sales Promotion* (X) yang berarti signifikansi terhadap Keputusan Pembelian (Y). Karena nilai thitung $>$ ttabel $(33,752) > (1,661)$ maka uji t tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau dengan kata lain memiliki arti yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara *Sales Promotion* X terhadap Keputusan Pembelian Y.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif dengan membahas 2 variabel, terdiri dari variabel bebas/independen (X) yaitu *Sales Promotion* kosmetik Secondate di Instagram terhadap variabel terikat/dependen (Y) yaitu keputusan pembelian konsumen. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, Secondate melakukan bermacam-macam promosi penjualan agar dapat membuat konsumen membeli kembali produk-produk Secondate serta mengetahui jenis *Sales Promotion* seperti apa yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli. Penelitian ini dilakukan kepada 78 orang responden dimana responden memiliki karakteristik populasi tersebut merupakan *followers* dari akun Instagram @secondatebeauty.

Berdasarkan dari data penelitian yang didapat, responden dalam penelitian ini diketahui demografi berdasarkan jenis kelamin perempuan yang didominasi oleh usia 21 – 29 tahun yaitu sebanyak 61 responden. Jadi dapat disimpulkan dari penelitian ini pengaruh *Sales Promotion* Secondate di Instagram khususnya pada kalangan 21 – 29 tahun yang dapat dikategorikan sebagai kaum Gen Z sesuai dengan pangsa pasar dari Secondate.

1. *Sales Promotion*

Pada data responden yang didapat pada variabel X yaitu *sales promotion* kosmetik Secondate di Instagram memiliki skor rata-rata tertinggi sebesar 3,46 yaitu pada dimensi *Price off* dengan indikator “Besarnya potongan harga barang” pada pernyataan “Potongan harga yang diberikan @secondatebeauty

membuat saya ingin membeli produk secondate”. Sedangkan skor terendah sebesar 3,33 pada dimensi *Tie-in Promotion* dengan indikator “jenis promosi yang ditawarkan” pada pernyataan “Secondate memberikan produk kosmetik merek lain secara gratis setiap pembelian produk Secondate”. Berdasarkan mini riset yang peneliti lakukan terhadap 2 orang responden menyatakan bahwa sebelum melakukan pembelian produk Secondate, mereka lebih dulu melihat *sales promotion* mengenai potongan harga produk Secondate di Instagram. Namun 2 responden tersebut kurang tertarik pada *sales promotion* dengan dimensi *Tie-in Promotion* yang dimana pembelian produk tertentu Secondate akan mendapatkan produk merek lain secara gratis dalam rangka “*Buy One Get Free*”, karena produk yang ditawarkan Secondate bukan produk Secondate yang mereka inginkan sehingga mereka tidak tertarik membeli promosi tersebut.

Berdasarkan pada teori yang digunakan pada penelitian ini untuk mengukur variabel X yaitu sales promotion kosmetik Secondate di Instagram yaitu dengan menggunakan teori dari Kotler & Keller (2016: 624) dengan 5 (lima) dimensi yang sesuai dengan variabel X yaitu, *Price Off* (Potongan Harga), *Contest Games and Sweptakes* (Kontes, Permainan dan Undian), *Price Packs* (Harga Paket), *Gifts* (Premi), dan *Tie-in Promotion* (Terkait Pada Promosi). Lalu dari ke- 5 dimensi tersebut telah diberikan pada pernyataan-pernyataan pada kuesioner dan disebarakan kepada responden yang sesuai dengan karakteristik melalui *Direct Massage* Instagram untuk diisi, sehingga didapati rekapitulasi dari pengembangan tiap pernyataan pada variabel X yaitu *sales promotion* kosmetik Secondate memiliki rata-rata dari keseluruhan sebesar 3,39 yang mana dapat diartikan bahwa responden merasa setuju terhadap *sales promotion* yang dilakukan Secondate di Instagram.

2. Keputusan Pembelian

Lalu berdasarkan data penelitian variabel Y yaitu keputusan pembelian konsumen memiliki skor rata-rata tertinggi sebesar 3,44 pada dimensi pengenalan masalah dengan indikator “konsumen mengenali masalah” pada

pernyataan “Sebelum membeli produk saya mencari tahu terlebih dahulu produk yang saya butuhkan” sedangkan skor terendah sebesar 3,34 pada dimensi perilaku pasca pembelian dengan indikator “konsumen akan memberikan penilaian positif atau puas” pada pernyataan yakni “Setelah saya membeli secondate, saya bersedia untuk memberikan testimoni dan merekomendasikan kepada kerabat ataupun keluarga”. Dan berdasarkan mini riset yang peneliti lakukan terhadap 2 orang responden dengan mengatakan bahwa, sebelum membeli produk mereka senantiasa mencari tahu terlebih dahulu terkait produk yang mereka butuhkan. Dan menurut perspektif ke- 2 responden tersebut mereka cenderung lebih mengutamakan adanya pembelian langsung tanpa adanya pemberian sebuah ulasan kepada produk tersebut, dikarenakan menurut mereka hal tersebut dipandang terlalu dipersulit bagi diri mereka.

Lalu untuk mengukur variabel Y berdasarkan teori yaitu keputusan pembelian konsumen menggunakan teori dari Kotler & Keller (2016: 198) dengan 5 dimensi yang sesuai untuk variabel Y yaitu, Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, dan Perilaku Pasca Pembelian. Lalu dari ke 5 (lima) dimensi tersebut diberikan menjadi pernyataan-pernyataan pada kuesioner dan disebarkan kepada responden melalui *Direct Massage* untuk diisi oleh responden yang sesuai dengan karakteristik, sehingga mendapati rekapitulasi dari pengembangan tiap pernyataan pada variabel Y yaitu keputusan pembelian consume yang memiliki nilai rata-rata jawaban keseluruhan sebesar 3,39 yang mana menunjukkan bahwa responden merasa setuju terhadap keputusan pembelian.

Dilihat dari setiap pernyataan pada variabel X yaitu *Sales Promotion* kosmetik Secondate di Instagram dan variabel Y yaitu keputusan pembelian konsumen dalam penelitian ini sudah memenuhi standar validitas dan memenuhi syarat valid didapatkan nilai r hitung $>$ dari r table. Data kuesioner juga sudah dinyatakan sangat reliabel pada variabel X karna memiliki nilai Alpha hitung yang positif serta pada tingkat reliabelitas $> 0.80 - 1.00$, serta reliabel pada variabel Y karena memiliki nilai Alpha hitung yang positif.

3. Pengaruh Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Secondate

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel X sales promotion kosmetik Secondate di Instagram terhadap variabel Y keputusan pembelian konsumen maka dilakukan uji koefisien regresi/uji hipotesis dengan menggunakan uji-t. Uji-t ini dilakukan melalui perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 22. Hipotesis dapat diterima apabila memenuhi kriteria pengujian yaitu nilai t_{hitung} harus lebih besar dari nilai t_{tabel} . Berdasarkan hasil perhitungan dalam penelitian ini yaitu didapati nilai t_{hitung} sebesar 33,904 lalu t_{tabel} nya memiliki nilai sebesar 1,665. Maka dapat diketahui H_0 ditolak dan H_a diterima dikarenakan $33,904 > 1,665$. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh *sales promotion* kosmetik Secondate di Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan penelitian menggunakan aplikasi SPSS versi 22, dapat diketahui nilai r square sebagai koefisien determinasinya menunjukkan angka sebesar 0.968 artinya bahwa keputusan pembelian konsumen disebabkan oleh pengaruh *sales promotion* kosmetik Secondate di Instagram sebesar 93,8% sementara sisanya sebesar 6,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Maka *sales promotion* kosmetik Secondate di Instagram memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada *followers* di akun Instagram @secondatebeauty. Dilihat dari data penelitian diatas memiliki nilai pengaruh yang sangat tinggi sebesar 93,8% sehingga peneliti melakukan mini riset kembali agar memperkuat angka pengaruh tersebut. Peneliti melakukan mini riset terhadap 2 responden yang memiliki pendapat setuju dengan *sales promotion* yang dilakukan kosmetik Secondate di Instagram terhadap keputusan pembelian mereka, mereka mengatakan membeli Secondate karna mendapatkan informasi dari seorang *beauty influencer* dan yang mereka ikuti di Instagram yaitu Titan Tyra. Titan Tyra sendiri adalah seorang *Co-Founder* dari Secondate, maka dari itu tingginya

nilai pengaruh disebabkan Secondate memilih media sosial Instagram sebagai *sales promotion* utama mereka.

Menurut pendapat peneliti besarnya angka pengaruh dikarenakan, peneliti memilih responden yang sesuai dengan karakteristik populasi yang sudah dibuat, salah satu karakteristik nya adalah *followers* yang berkomentar mengandung indikasi *followers* yang sudah pasti menggunakan produk Secondate. Dan data dalam survei menunjukkan bahwa *followers* yang berkomentar sudah pasti mengetahui unggahan-unggahan sales promotion di Instagram Secondate (@secondatebeauty). Hal ini memperkuat besarnya nilai pengaruh antara *sales promotion* secondate dengan keputusan pembelian konsumen.

Tentunya peneliti memiliki kendala saat penulisan penelitian ini berlangsung, salah satunya dalam penyebaran kuesioner melalui *Direct Massage* Instagram, sekitar 37 orang tidak membalas *Direct Massage* dan tidak mengisi kuesioner. Peneliti memberikan waktu 3-5 hari kepada responden yang terpilih melalui *random picker* untuk mengisi kuesioner. Jika dalam waktu yang diberikan responden tidak memberi balasan ataupun tidak mengisi kuesioner, peneliti menggunakan *random picker* kepada 354 populasi untuk menggantikan responden yang tidak mengisi kuesioner. Sampai terkumpul 78 sampel yang dibutuhkan peneliti dalam mengolah data, olah data yang peneliti gunakan yaitu dengan aplikasi SPSS 22.

