

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Gambaran Singkat Golden Lamian

Golden Lamian merupakan restoran mie khas Tionghoa, awalnya restoran ini bernama Golden Century yang terkenal akan dimsum dan lamiannya. Golden Century melakukan *rebranding* sehingga lahirlah Golden Lamian Golden Lamian dibangun oleh Edward Djaja sejak tahun 2017,



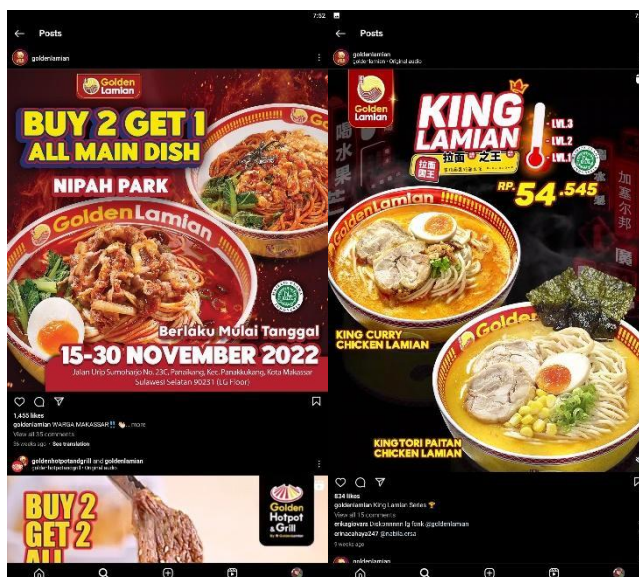
Gambar 4.1 - Logo Golden Lamian,

Sumber: <https://www.facebook.com/goldenlamian.id/>

Di tiap outlet Golden Lamian pun pembuatan miennya secara manual bak akrobatik, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi para pelanggan. Golden Lamian memiliki sertifikasi halal dan sertifikasi HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*). Yaitu sebuah sertifikasi berstandar internasional yang mengindikasikan sebuah produk yang dihasilkan perusahaan aman untuk dikonsumsi. Terhindar dari bahaya kontaminan secara fisik, kimia dan biologi. Menu best seller Golden Lamian yaitu Lamian Extra Spicy Beef, Lamian Ayam Goreng, Lamian Rica-Rica, dan Nasi Hainan BBQ Combo. Saat ini Golden Lamian telah memiliki 35 cabang yang tersebar di seluruh Jabodetabek dan akan terus bertambah sesuai filosofi bisnis “Long-Term Brand Building”

Selain itu, Golden Lamian juga menggunakan beberapa influencer untuk mereview dan memberikan informasi kepada followers mereka tentang produk produk dari Golden Lamian sendiri dan menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian. Saat ini Golden Lamian tersedia di layanan pemesanan online (Grabfood, Gofood, dan Shopeefood) dan website sehingga dapat mudah di temukan secara online.

2. Sales Promotion Instagram @goldenlamian



Gambar 7 - Sales Promotion Instagram @goldenlamian

Sumber: Instagram @goldenlamian

Golden Lamian menggunakan website, marketplace dan be-beberapa sosial media untuk mempromosikan produk yang ditawarkannya salah satunya adalah Instagram. Dengan menyajikan promosi-promosi yang menarik sehingga dapat mendorong konsumen tertarik untuk melihat dan membeli produk produknya. Golden Lamian aktif di Instagram sejak Oktober 2017 sempat berganti nama yang awalnya adalah Golden Century dan sudah berjalan 5 tahun saat ini, dalam akun Instagram @ goldenlamian ini memiliki 518 postingan dan 334.000 followers. Dalam Sales Promotion Golden Lamian memberikan informasi informasi yang detail, serta discount & giveaway. Dan juga sosial media Instagram @goldenlamian sangat aktif dalam memposting dan memberikan informasi mengenai produk produknya serta responsif terhadap pertanyaan dan saran yang

diberikan oleh followers baik di bagian komen ataupun melewati direct message Instagram @goldenlamian.

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap 61 responden yang sesuai dengan kriteria. Untuk mengetahui hasil penelitian ini, dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden yaitu followers @ goldenlamian melalui direct message Instagram dan dibagi dalam beberapa kategori yaitu sebagai berikut:

a.) Jenis Kelamin

Tabel 4.1 - Jenis Kelamin

N = 61

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Perempuan	47	77%
2.	Laki-laki	14	23%
Jumlah		61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan dari data jenis kelamin diatas, dari total 61 responden yang terdiri dari 47 perempuan dan 14 laki-laki. Responden paling banyak berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebanyak 77%

b.) Usia**Tabel 4.2 – Usia**

N = 61

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	13-17 Tahun	1	1,6%
2	18-22 Tahun	12	19,7%
3	23-27 Tahun	22	34,4%
4	28-32 Tahun	17	27,9%
5	33 Tahun keatas	9	16,4%
Jumlah		61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan data usia pada table diatas yang terdiri dari 61 responden, ada sebanyak 1 orang(1,6%) yang usianya 13-17 tahun, 12 orang (19,7%) berusia 18-22 tahun, 21 orang (34,4%) berusia 23-27 tahun, 17 orang (27,9%) berusia 28-32 tahun, dan 10 orang (16,4%) berusia 33 tahun keatas. Maka dari data tersebut usia terbanyak di 23-27 tahun.

c.) Pekerjaan**Tabel 4.3 – Pekerjaan**

N = 61

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar	1	1,60%
2	Mahasiswa	18	27,90%
3	Karyawan/Bekerja	29	49,20%
4	Ibu Rumah Tangga	12	19,70%

Tabel 4.3 – Pekerjaan

N = 61

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
5	Belum/Tidak Bekerja	1	1,60%
Jumlah		61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan data table pekerjaan diatas yang terdiri dari 61 responden, terdapat 1 orang (1,6%) sebagai pelajar, 18 orang (27,9%) sebagai mahasiswa, 29 orang (49,2%) adalah karyawan/bekerja, 12 orang (19,7%) adalah ibu rumah tangga, dan 1 orang (1,6%) belum bekerja.

2. Pernyataan Variabel X (*Sales Promotion*)

Pada variabel X ini menggunakan 2 dimensi, yaitu kupon dan harga khusus atau potongan harga. Dan menggunakan sebanyak 10 pernyataan dengan hasil berikut:

a.) Kupon (*Coupons*)

Tabel 4.4 - Produk Golden Lamian dibeli karena kupon hemat

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	16	26,2%
Setuju	29	47,5%
Tidak Setuju	16	26,2%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diketahui bahwa sebanyak 16 orang dengan persentasi 26,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 29 orang dengan persentase 47,5% menyatakan setuju, dan sebanyak 16 orang dengan persentasi 26,2% menyatakan tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 29 orang dengan persentase 47,5% menyatakan Setuju dengan pernyataan membeli produk Golden Lamian karena adanya kupon yang dapat memhemat biaya pembelian

Tabel 4.5 - Kupon Golden Lamian disukai karena lebih hemat

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	25	41%
Setuju	34	55,7%
Tidak Setuju	2	3,3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa sebanyak 25 orang dengan persentase 41% menyatakan sangat setuju, sebanyak 34 orang dengan persentase 55,7% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 3,3%. dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju, Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 34 orang dengan persentase 55,7% menyatakan Setuju dengan pernyataan menyukai kupon Golden Lamian karena lebih hemat

Tabel 4.6 - Pembeli tertarik dengan produknya karena kupon

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	14	23%
Setuju	47	77%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 14 orang dengan persentase 23% menyatakan sangat setuju, sebanyak 47 orang dengan persentase 77% menyatakan setuju, Responden tidak ada yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 47 orang dengan persentase 77% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden tertarik membeli produk terbaru dari Golden Lamian karena adanya kupon menarik yang diberikan

Tabel 4.7 - Pembeli menyukai spesial promo kupon

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	5	8,20%
Setuju	53	86,90%
Tidak Setuju	3	4,90%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 5 orang dengan persentase 8,2% menyatakan sangat setuju, sebanyak 53 orang dengan persentase 86,9% menyatakan setuju, sebanyak 3 orang dengan persentasi 4,9% menyatakan tidak setuju, Responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 53 orang dengan persentase 86,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden menyukai spesial promo berupa promo kupon golden lamian di Instagram

Tabel 4.8 - Pembeli tertarik membeli karena masa berlaku kupon
N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	13	21,3%
Setuju	35	57,4%
Tidak Setuju	13	21,3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 13 orang dengan persentase 21,3% menyatakan sangat setuju, sebanyak 35 orang dengan persentase 57,4% menyatakan setuju, sebanyak 13 orang dengan persentasi 21,3% menyatakan tidak setuju, Responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 35 orang dengan persentase 57,4% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa setiap kupon memiliki masa berlaku yang sudah ditentukan, sehingga responden tertarik untuk segera membeli

b.) Harga Khusus atau Potongan Harga

Tabel 4.9 - Produk Golden Lamian dibeli karena diskon hemat

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	23	37,7%
Setuju	23	37,7%
Tidak Setuju	14	23%
Sangat Tidak Setuju	1	1,6%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 23 orang dengan persentase 37,7% menyatakan sangat setuju, sebanyak 23 orang dengan persentase 37,7% menyatakan setuju, sebanyak 14 orang dengan persentasi 23% menyatakan tidak setuju, 1 orang dengan persentasi 1,6% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 23 orang dengan persentase 37,7% menyatakan sangat setuju dan 23 orang dengan persentase 37,7% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa responden membeli produk Golden Lamian karena adanya diskon yang dapat memhemat biaya pembelian

Tabel 4.10 - Diskon Golden Lamian disukai karena lebih hemat

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	52,50%
Setuju	25	41%

Tabel 4.10 - Diskon Golden Lamian disukai karena lebih hemat

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Tidak Setuju	4	6,6%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 35 orang dengan persentase 57,4% menyatakan sangat setuju, sebanyak 26 orang dengan persentase 42,6% menyatakan setuju, Responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 35 orang dengan persentase 57,4% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan bahwa responden menyukai diskon Golden Lamian karena lebih hemat

Tabel 4.11 - Pembeli menyukai diskon seperti '3 for 89 ribu'

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	10	16,4%
Setuju	49	80,3%
Tidak Setuju	2	3,3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 10 orang dengan persentase 16,4% menyatakan sangat setuju, sebanyak 49 orang dengan persentase 80,3%

menyatakan setuju, sebanyak 2 orang dengan persentasi 3,3% menyatakan tidak setuju, Responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 49 orang dengan persentase 80,3% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden menyukai diskon seperti '3 for 89 ribu' yang diunggah di Instagram Golden Lamian

Tabel 4.12 - Pembeli tertarik membeli karena diskon menarik

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	20	32,8%
Setuju	36	59%
Tidak Setuju	5	8,2%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 20 orang dengan persentase 32,8% menyatakan sangat setuju, sebanyak 36 orang dengan persentase 59% menyatakan setuju, sebanyak 5 orang dengan persentasi 8,2% menyatakan tidak setuju, Responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 36 orang dengan persentase 59% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden tertarik membeli produk terbaru dari Golden Lamian karena adanya diskon menarik yang diberikan

Tabel 4.13 – Pembeli tertarik membeli karena masa berlaku diskon

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	17	27,9%
Setuju	32	52,5%
Tidak Setuju	12	19,7%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 17 orang dengan persentase 27,9% menyatakan sangat setuju, sebanyak 32 orang dengan persentase 52,5% menyatakan setuju, sebanyak 12 orang dengan persentasi 19,7% menyatakan tidak setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 32 orang dengan persentase 52,5% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa Setiap diskon memiliki masa berlaku yang sudah ditentukan, sehingga responder tertarik untuk segera membeli

3. Pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pada variabel Y ini menggunakan 4 dimensi, yaitu: Pengenalan Masalah, Pencarian informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan pembelian. Dan menggunakan sebanyak 16 pernyataan dengan hasil berikut:

a. Pengenalan Masalah

Tabel 4.14 – Pembeli terpikir untuk pergi ke gerainya dan tertarik mem-belinya

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	4	6,6%
Setuju	31	50,8%
Tidak Setuju	24	39,3%
Sangat Tidak Setuju	2	3,3%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 4 orang dengan persentase 6,6% menyatakan sangat setuju, sebanyak 31 orang dengan persentase 50,8% menyatakan setuju, sebanyak 24 orang dengan persentasi 39,3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 2 orang dengan persentasi 3,3% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 31 orang dengan persentase 60,7% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa ketika lapar, responden terpikir untuk pergi ke gerai golden lamian dan tertarik untuk membeli

Tabel 4.15 - Pembeli terpikir untuk mendatangi gerai karena ingin mencoba makanan baru

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	3	4,9%

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Setuju	34	55,7%
Tidak Setuju	24	39,3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 3 orang dengan persentase 4,9% menyatakan sangat setuju, sebanyak 34 orang dengan persentase 55,7% menyatakan setuju, sebanyak 24 orang dengan persentase 39,3% menyatakan tidak setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 34 orang dengan persentase 55,7% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa ketika ingin mencoba makanan baru, responden terpikir untuk mendatangi gerai golden lamian

Tabel 4.16 – Pembeli mengetahui Golden Lamian dari Instagram.

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	15	24,6%
Setuju	40	65,6%
Tidak Setuju	6	9,8%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 15 orang dengan persentase 24,6% menyatakan sangat setuju, sebanyak 40 orang dengan persentase 65,6% menyatakan setuju, sebanyak 6 orang dengan persentasi 9,8% menyatakan tidak setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 40 orang dengan persentase 65,6% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden mengetahui gerai golden lamian dari Instagram

Tabel 4.17 - Pembeli mencoba makanannya karena saran teman

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	13,1%
Setuju	41	67,2%
Tidak Setuju	12	19,7%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 8 orang dengan persentase 13,1% menyatakan sangat setuju, sebanyak 41 orang dengan persentase 67,2% menyatakan setuju, sebanyak 12 orang dengan persentasi 19,7% menyatakan tidak setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 41 orang dengan persentase 67,2% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden mencoba makanan golden lamian karena rekomendasi dari teman

b. Pencarian informasi

Tabel 4.18 - Pembeli mencari informasi makanan sebelum membelinya

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	10	16,4%
Setuju	32	52,5%
Tidak Setuju	17	27,9%
Sangat Tidak Setuju	2	3,3%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 10 orang dengan persentase 16,4% menyatakan sangat setuju, sebanyak 32 orang dengan persentase 52,5% menyatakan setuju, sebanyak 17 orang dengan persentase 27,9% menyatakan tidak setuju, sebanyak 2 orang dengan persentasi 3,3% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 32 orang dengan persentase 52,5% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden mencari informasi tentang makanan Golden Lamian sebelum membelinya

Tabel 4.19 - Pembeli melihat keunggulan makanan melalui Instagram @goldenlamian

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	14,8%
Setuju	29	47,5%

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Tidak Setuju	22	36,1%
Sangat Tidak Setuju	1	1,6%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 9 orang dengan persentase 14,8% menyatakan sangat setuju, sebanyak 29 orang dengan persentase 47,5% menyatakan setuju, sebanyak 22 orang dengan persentase 36,1% menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 orang dengan persentasi 1,6% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 29 orang dengan persentase 47,5% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden melihat keunggulan makanan melalui postingan yang diunggah di akun Instagram @goldenlamian

Tabel 4.20 - Pembeli tertarik membeli karena masa berlaku kupon setelah melihat promosinya

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	17	27,9%
Setuju	33	54,1%
Tidak Setuju	18	11%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 17 orang dengan persentase 27,9% menyatakan sangat setuju, sebanyak 33 orang dengan persentase 54,1%

menyatakan setuju, sebanyak 18 orang dengan persentasi 11% menyatakan tidak setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 33 orang dengan persentase 54,1% menyatakan Setuju dengan pernyataan responden tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut tentang produk Golden Lamian setelah melihat promosinya

Tabel 4.21 - Informasi Golden Lamian dari Instagram lebih mudah didapatkan

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	12	19,7%
Setuju	39	63,9%
Tidak Setuju	10	16,4%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 12 orang dengan persentase 19,7% menyatakan sangat setuju, sebanyak 39 orang dengan persentase 63,9% menyatakan setuju, sebanyak 10 orang dengan persentase 16,4% menyatakan tidak setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 39 orang dengan persentase 63,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa informasi tentang Golden Lamian dari Instagram lebih mudah didapatkan

c. Evaluasi Alternatif

Tabel 4.22 – Pembeli menjadikan produk sebelum membelinya sebagai pilihan

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	14,8%
Setuju	41	67,2%
Tidak Setuju	11	18%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 9 orang dengan persentase 14,8% menyatakan sangat setuju, sebanyak 41 orang dengan persentase 67,2% menyatakan setuju, sebanyak 11 orang dengan persentase 18% menyatakan tidak setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 41 orang dengan persentase 67,2% menyatakan Setuju dengan pernyataan responden menjadikan produk dari Golden Lamian sebagai pilihan sebelum membeli

Tabel 4.23 - Pembeli menjadikan produk yang dipilihnya karena sering mengadakan promosi

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	14	23%
Setuju	34	55,7%

Tabel 4.23 - Pembeli menjadikan produk yang dipilihnya karena sering mengadakan promosi

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Tidak Setuju	13	21,3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 14 orang dengan persentase 23% menyatakan sangat setuju, sebanyak 34 orang dengan persentase 55,7% menyatakan setuju, sebanyak 13 orang dengan persentase 21,3% menyatakan tidak setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 34 orang dengan persentase 55,7% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden memilih produk Golden Lamian karena sering mengadakan promos

Tabel 4.24 - Pembeli akan memilih produknya karena lebih enak daripada kompetitornya

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	11	18%
Setuju	30	49,2%
Tidak Setuju	19	31,1%
Sangat Tidak Setuju	1	1,6%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 11 orang dengan persentase 18% menyatakan sangat setuju, sebanyak 30 orang dengan persentase 49,2% menyatakan setuju, sebanyak 19 orang dengan persentase 31,1% menyatakan tidak setuju, dan 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan persentase 1,6%. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 30 orang dengan persentase 49,2% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden akan memilih produk Golden Lamian karena produknya lebih enak daripada kompetitor lain

Tabel 4.25 - Pembeli akan memilih produk Golden Lamian karena harganya terjangkau diantara kompetitornya

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	15	24,6%
Setuju	32	52,5%
Tidak Setuju	13	21,3%
Sangat Tidak Setuju	1	1,6%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 15 orang dengan persentase 24,6% menyatakan sangat setuju, sebanyak 32 orang dengan persentase 52,5% menyatakan setuju, sebanyak 13 orang dengan persentase 21,3% menyatakan tidak setuju, dan 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan persentase 1,6%. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 32 orang dengan persentase 52,5% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa

responden akan memilih produk Golden Lamian karena harganya yang paling terjangkau diantara kompetitor lain

d. Keputusan Pembelian

Tabel 4.26 – Pembeli memutuskan membeli Golden Lamian karena sesuai kebutuhan

N = 61

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 16 orang dengan persentase 26,2% menyatakan sangat setuju, sebanyak 37 orang dengan persentase 60,7% menyatakan setuju, sebanyak 7 orang dengan persentase 11,5% menyatakan tidak setuju, dan 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan persentase 1,6%. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 37 orang dengan persentase 60,7% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden memutuskan untuk membeli Golden Lamian karena produk tersebut sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan

Tabel 4.27 - Pembeli menemukan produk yang sesuai karena kualitas bagus

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	17	27,9%
Setuju	36	59%
Tidak Setuju	7	11,5%
Sangat Tidak Setuju	1	1,6%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 17 orang dengan persentase 27,9% menyatakan sangat setuju, sebanyak 36 orang dengan persentase 59% menyatakan setuju, sebanyak 7 orang dengan persentase 11,5% menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 orang dengan persentasi 1,6% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 36 orang dengan persentase 59% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden menemukan produk yang sesuai karena kualitas makanannya yang bagus

Tabel 4.28 - Pembeli membeli produk karena promo kupon

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	18	29,5%
Setuju	30	49,2%
Tidak Setuju	13	21,3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 18 orang dengan persentase 29,5% menyatakan sangat setuju, sebanyak 30 orang dengan persentase 49,2% menyatakan setuju, sebanyak 13 orang dengan persentase 21,3% menyatakan tidak setuju, dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 30 orang dengan persentase 49,2% menyatakan Setuju dengan pernyataan bahwa responden membeli produk Golden Lamian karena promo kupon

Tabel 4.29 - Pembeli membeli produk karena promo diskon

N = 61

Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	33	54,1%
Setuju	21	34,4%
Tidak Setuju	7	11,5%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	61	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa 33 orang dengan persentase 54,1% menyatakan sangat setuju, sebanyak 21 orang dengan persentase 34,4% menyatakan setuju, sebanyak 7 orang dengan persentase 11,5% menyatakan tidak setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 31 orang dengan persentase 54,1% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan responden membeli produk Golden Lamian karena promo potongan harga

4. Rekapitulasi Hasil

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

Tabel 4.30 - Rekapitulasi Variabel X (*sales promotion*)

Pernyataan	Mean
1	3
2	3,36
3	3,23
4	3,03
5	3

Pernyataan	Mean
6	3,11
7	3,46
8	3,13
9	3,25
10	3,08
Jumlah	31,65
Rata-rata	3,17

Sumber: Hasil perhitungan SPSS

Secara keseluruhan responden menilai bahwa *sales promotion* (X) yaitu cukup tinggi (setuju). Hal ini di tunjukan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada *sales promotion* (X) sebesar 3,17. Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil indikator atau komponen pendukung variabel Y yaitu Keputusan Pembelian berdasarkan tabel berikut :

Tabel 4.31 - Rekapitulasi Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pernyataan	Mean
1	2,61
2	2,66
3	3,15
4	2,93
5	2,82
6	2,75
7	3,1
8	3,03
9	2,98
10	3
11	2,82
12	3
13	3,11
14	3,13
15	3,08

16	3,43
Jumlah	47,6
Rata-rata	2,98

Sumber: Hasil perhitungan SPSS

Secara keseluruhan responden menilai bahwa Keputusan Pembelian (Y) yaitu cukup tinggi (setuju). Hal ini di tunjukan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada Keputusan Pembelian (Y) sebesar 2,98.

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh variabel independen (X) yaitu *sales promotion* terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Berikut adalah data hasil pengolahan SPSS 26 for windows:

Tabel 4.32 - Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.573 ^a	.328	.317	3.217

a. Predictors: (Constant), X

Analisis regresi yang dilakukan pada bagian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent (X) dengan satu variable dependen (Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variable pengaruh *sales promotion* terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,573 yaitu diantara 0,40 – 0,599 artinya hubungan atau korelasi antara variable *sales promotion* berpengaruh sedang atau cukup terhadap Keputusan Pembelian.

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali

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

Sedangkan R square disebut juga koefisien determinasi, dapat dibaca bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,328. Angka tersebut diartikan bahwa Keputusan Pembelian yang disebabkan oleh pengaruh *sales promotion* adalah sebesar 32,8%, sementara sisanya 67,2%

Tabel 4.33 – ANOVA

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	297.938	1	297.938	28.788	.000 ^b
	Residual	610.619	59	10.349		
	Total	908.557	60			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X

Sumber: Hasil perhitungan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 28,788 dengan nilai signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu $0,00 < 0,10$ maka dapat diartikan bahwa variabel *sales promotion* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus $< 0,10$. karena angka probabilitas (sig) $0,00 < 0,10$ maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh *sales promotion* @goldenlamian Terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 4.34 – Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	24.756	4.279		5.786	.000
	X	.722	.135	.573	5.365	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil perhitungan SPSS

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

$$Y = a + bX$$

$$Y = 24,756 + 0,722$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X = *Sales promotion*

a = nilai konstan dari Unstandardized Coefficients. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 24,756

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,476

Berdasarkan model diatas, maka diperoleh jika X= 1, Hal ini ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = 24,756 + 0,722 X$$

$$Y = 24,756 + 0,722 (1)$$

$$Y = 25,478$$

Artinya setiap peningkatan Variabel Independen (X) sebesar 1, akan meningkatkan Pengambilan Keputusan Pembelian sebesar 25,478

6. Uji Hipotesis

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

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

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

$$n = 61$$

$$r = 0,573$$

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

$$t = \frac{0,573\sqrt{61-2}}{\sqrt{1-0,573^2}}$$

$$t = \frac{0,573\sqrt{59}}{\sqrt{1-0,328329}}$$

$$t = \frac{0,573 (7,6811)}{\sqrt{0,671671}}$$

$$t = \frac{4,4012}{0,8198}$$

$$t = 5,368$$

Untuk melihat t table dapat dilihat dengan derajat bebas $n = (\text{jumlah sampel}) - k$ (jumlah variable). Derajat bebasnya adalah $61 - 2 = 59$ yang dilakukan uji dua arah dengan signifikan 10%. Untuk melihat uji hipotesis yang dilihat pada table t hitung 5,368 dan tabel 1,664.

Karena nilai t hitung = 5,368 > 1,664 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh signifikan antara pengaruh *sales promotion* Golden Lamian terhadap keputusan pembelian.

7. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu variabel independen yaitu pengaruh *sales promotion* @goldenlamian (X) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Kedua variabel tersebut telah melalui uji validitas yang bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya pernyataan dari kedua variabel, dinyatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel. Setelah tahap uji validitas, maka dilakukan uji reliabilitas pada kedua variabel. Hasil uji reliabilitas pada variabel X menghasilkan nilai sebesar 0,620 dan variabel Y sebesar 0,620 dari hasil kedua variabel *sales promotion* dan keputusan pembelian pada penelitian ini sangat reliabel karena nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu variabel independen yaitu pengaruh *sales promotion* @goldenlamian (X) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Responden dalam penelitian ini yaitu followers Instagram @goldenlamian sebanyak 61 responden. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 47 responden 77% dan laki laki sebanyak 14 responden 23% (tabel 9).

Mayoritas umur responden berusia 23-27 tahun 22 responden 36,1% diikuti oleh usia 28-32 tahun sebanyak 17 responden 27,9% (tabel 10).

1) *Sales promotion* @goldenlamian pada followers

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur *sales promotion* (Variabel X) yang dilihat dari keseluruhan dimensi *Coupons* dan Harga khusus atau potongan harga (Kotler & Armstrong, 2016:520) dimensi dimensi tersebut diketahui

responden merespon dengan positif dan cukup tinggi (setuju) dari keseluruhan pernyataan yang diajukan. Hal ini dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh *sales promotion* @goldenlamian (X) sebesar 3,17 (tabel 38). Berdasarkan dari teori yang digunakan untuk mengukur variabel X yaitu *sales promotion*, pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X7 berada pada dimensi Harga khusus atau potongan harga yang memiliki pernyataan “*sales promotion* yang disediakan di profil akun Instagram @goldenlamian memberikan informasi yang mudah untuk diterima” yaitu sebanyak 3,46 karena terbukti dari akun Instagram @goldenlamian *sales promotion* yang disediakan di Instagramnya memiliki informasi yang mudah untuk diterima penjelasannya, dengan Bahasa yang mudah diterima dan dimengerti baik berupa visualisasi maupun caption yang dibuat.

Lalu untuk data terendah pada X1 berada pada dimensi *Coupons* dengan pernyataan “Saya membeli produk Golden Lamian karena adanya kupon yang dapat memhemat biaya pembelian” sebesar 3,00. Karena para followers Instagram @goldenlamian tidak semuanya membeli produk Golden Lamian karena adanya kupon yang dapat memhemat biaya pembelian.

2) Keputusan Pembelian Pada Followers akun Instagram @goldenlamian

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil dalam penelitian yang telah dibuktikan bahwa Keputusan Pembelian (variabel Y) yang dilihat dari keseluruhan dimensi Pengenalan Masalah, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, (Kotler and Keller 2016:194)

Pada dimensi Keputusan Pembelian dilihat cukup tinggi karena mayoritas responden menyatakan setuju pada sebagian besar pernyataan keputusan pembelian dilihat dari rata rata jawaban responden sebesar 2,98. Berdasarkan teori yang

digunakan untuk mengukur variabel Y yaitu keputusan pembelian pernyataan yang memiliki data tertinggi yaitu Y16 yang memiliki pernyataan “Saya mencari informasi tentang produk yang saya butuhkan sebelum membelinya” yaitu sebanyak 3,43. Karena mayoritas followers terlebih dahulu mencari informasi terkait produk yang mereka butuhkan sebelum membeli

Sedangkan nilai terendah pada Y1 dimensi Pengenalan Masalah dengan pernyataan “Ketika saya lapar, saya terpikir untuk pergi ke gerai Golden Lamian dan tertarik untuk membeli” dengan nilai rata-rata sebanyak 2,61. Pernyataan tersebut rendah karena tidak semua para followers Ketika lapar, responden terpikir untuk pergi ke gerai Golden Lamian dan tertarik untuk membelinya

Dimensi Problem Recognition pernyataan Y6 memiliki angka rekapitulasi 2,75 dengan pernyataan “Saya memilih produk Golden Lamian karena sering mengadakan promosi”

Dimensi Evaluasi Alternatif pernyataan Y11 memiliki angka rekapitulasi 2,82 dengan pernyataan “Saya akan memilih produk Golden Lamian karena produknya lebih enak daripada kompetitor lain”

Dimensi Keputusan Pembelian pernyataan Y15 memiliki angka rekapitulasi 3,08 dengan pernyataan “Saya membeli produk Golden Lamian karena promo kupon”

3) Pengaruh *Sales Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Produk @goldenlamian

Untuk membuktikan adanya pengaruh *Sales Promotion* terhadap keputusan pembelian produk @goldenlamian maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t itu bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi.

Kriteria 61 pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai t hitung harus lebih besar dari nilai t tabel. Berdasarkan

hasil perhitungan dari penelitian ini di dapat bahwa nilai hitung t hitung $5,368 > t$ tabel $1,664$. Karena t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara *Sales Promotion* Instagram @goldenlamian terhadap keputusan pembelian.

Terdapat pengaruh yang lemah antara konten media sosial dan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapat bahwa nilai t hitung $3,3235$ yang lebih besar dari nilai t tabel $1,663$. Karena t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara *sales promotion* Instagram terhadap keputusan pembelian produk @goldenlamian. Besarnya pengaruh tersebut adalah $32,8\%$, sementara sisanya $67,2\%$ dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.