

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DI INSTAGRAM

DAN SALES PROMOTION TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

BITTERSWEET BY NAJLA

Oleh :

Nama : Stephen Chrisnada

NIM : 29180294

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Manajemen Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

April, 2022

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

© Hak cipta
milik BIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH DI INSTAGRAM DAN SALES PROMOTION TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

BITTERSWEET BY NAJLA

Diajukan Oleh :

Nama : Stephen Chrisnada

NIM : 29180294

Jakarta, 20 April 2022

Disetujui Oleh

Pembimbing

(Morryessa Brandinie, S.E., M.M.)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA, 2022

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BIKKG.



ABSTRAK

©

Stephen Chrisnada / 29180294 / 2022 / Pengaruh *Electronic Word of Mouth* di Instagram dan *Sales Promotion* terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet by Najla / Pembimbing: Ibu Morryessa Brandinie, S.E., M.M.

Kondisi ekonomi serta ekosistem digital yang terus mengalami perkembangan pesat, berdampak juga kepada bidang usaha makanan dan minuman hingga saat ini. Kebutuhan dan minat beli masyarakat Indonesia tersebut mendorong munculnya berbagai bisnis yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Bittersweet by Najla merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang tersebut. Dikarenakan persaingan yang ketat berbagai cara dilakukan oleh pengusaha agar bisnis mereka dapat menarik minat beli konsumen, seperti salah satunya adalah melalui *electronic word of mouth* di Instagram dan *sales promotion*. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh *electronic word of mouth* di Instagram dan *sales promotion* terhadap minat beli konsumen Bittersweet by Najla.

Variabel independen pertama pada penelitian ini adalah *electronic word of mouth* yang terdiri atas beberapa indikator yaitu *platform assistance*, *venting negative feelings*, *concern for other consumers*, *extraversion/ positive self-enhancement*, *social benefits*, *helping the company*, dan *advice seeking*. Variabel independen kedua adalah *sales promotion* yang terdiri atas beberapa indikator yaitu potongan harga, kupon belanja, dan penjualan langsung. Dan variabel dependen yang digunakan adalah minat beli konsumen yang terdiri atas beberapa indikator yaitu minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

Objek dari penelitian ini adalah Bittersweet by Najla, dan subyeknya adalah konsumen Bittersweet by Najla. Sampel yang diambil sebanyak 148 responden dengan metode pengambilan data menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui Google Form. Teknik pengambilan sampel adalah *non-probability sampling* dengan kriteria responden memiliki Instagram dan pernah membeli serta mengkonsumsi produk Bittersweet by Najla. Dan, data yang ada diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS.

Hasil pada penelitian yang dilakukan adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *electronic word of mouth* di Instagram dan *sales promotion* terhadap minat beli konsumen Bittersweet by Najla. Dimana *electronic word of mouth* di Instagram memiliki pengaruh yang lebih besar dan dominan terhadap minat beli konsumen Bittersweet by Najla dibandingkan dengan *sales promotion*.

Kesimpulan yang didapat melalui penelitian ini adalah adanya pengaruh positif dan signifikan antara *electronic word of mouth* di Instagram dan *sales promotion* terhadap minat beli konsumen Bittersweet by Najla. Dan didapat pula bahwa *electronic word of mouth* di Instagram memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen yang lebih dominan dibandingkan dengan *sales promotion*.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth*, *Sales Promotion*, Minat Beli Konsumen

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKG.



ABSTRACT

©

Stephen Chrisnada / 29180294 / 2022 / *The Effect of Electronic Word of Mouth on Instagram and Sales Promotion on consumer buying interest in Bittersweet by Najla* / Advisor: Mrs. Morryessa Brandinie, S.E., M.M.

Economic conditions and the digital ecosystem, which continues to experience rapid development, also have an impact on the food and beverage business sector to this day. The needs and buying interest of the Indonesian people have encouraged the emergence of various businesses engaged in the food and beverage sector. Bittersweet by Najla is one of those businesses engaged in this field. Due to intense competition, various ways are carried out by entrepreneurs so that their business can attract consumer buying interest, such as one of them is through electronic word of mouth on Instagram and sales promotion. Therefore, the author is interested in conducting research with the aim of knowing and measuring the effect of electronic word of mouth on Instagram and sales promotion on consumer buying interest in Bittersweet by Najla.

The first independent variable used in this study is electronic word of mouth which consists of several indicators, which are platform assistance, venting negative feelings, concerns for other consumers, extraversion/positive self-enhancement, social benefits, helping the company, and advice seeking. The second independent variable is sales promotion which consists of several indicators, which are price discounts, shopping coupons, and direct sales. And the dependent variable used is consumer buying interest which consists of several indicators, which are transactional interest, referential interest, preferential interest, and exploratory interest.

The object of this research is Bittersweet by Najla, and the subject is the consumer of Bittersweet by Najla. The sample taken was 148 respondents with the data collection method using a questionnaire distributed through Google Form. The sampling technique is non-probability sampling with the respondents criteria are having Instagram and have bought and consumed Bittersweet by Najla products. And, the existing data is processed using the IBM SPSS application.

The results of the research conducted there are positive and significant effect between electronic word of mouth on Instagram and sales promotion on consumer buying interest in Bittersweet by Najla. The results prove that electronic word of mouth on Instagram has a greater and dominant influence on consumer buying interest in Bittersweet by Najla compared to sales promotion.

The conclusion obtained through this research is that there is a positive and significant influence between electronic word of mouth on Instagram and sales promotion on consumer buying interest in Bittersweet by Najla. And it was also found that electronic word of mouth on Instagram has an influence on consumer buying interest which is more dominant than sales promotion.

Keywords: *Electronic Word of Mouth, Sales Promotion, Consumer Buying Interest*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh Electronic Word Of Mauth di Instagram dan Sales Promotion Terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet by Najla**". Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam perjalanan menyelesaikan skripsi ini penulis tentunya menghadapi banyak rintangan dan kesulitan pada masa penulisan. Tetapi atas bimbingan dan dukungan dari segala pihak, penulis akhirnya tetap dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang ditentukan. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Morryessa Brandinie, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E. ,M.M. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
3. Dr. Abdullah Rakhman M.M. selaku dosen mata kuliah Metodologi Penelitian yang memberikan wawasan tentang prosedur melakukan pengujian penelitian skripsi yang benar menggunakan aplikasi IBM SPSS.
4. Seluruh dosen serta jajaran karyawan yang ada di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah memberikan bantuan dan wawasan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
5. Keluarga tercinta yaitu orang tua, dan saudara yang memberikan dukungan penuh serta semangat dari awal masuk perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

6. Teman-teman di kampus yang juga terus memberikan motivasi dan dukungan selama pembuatan skripsi ini.

7. Teman-teman lama semasa sekolah SMA dulu yang juga selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis selama pembuatan skripsi ini.

Atas segala dukungan dan bimbingan dari seluruh pihak, penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini secara tepat waktu dan sebaik-baiknya. Namun, skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis memohon maaf atas kekurangan-kekurangan yang ada dalam skripsi ini. Walaupun begitu penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua orang terutama bagi pembacanya.

Jakarta, 14 Februari 2022

Penulis,

Stephen Chrisnada

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

 **Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

DAFTAR ISI

©	Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hukum Data Pribadi Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mendapat izin. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun, tanpa izin IBKKG.	
PENGESAHAN i ABSTRAK ii ABSTRACT iii DAFTAR ISI vi DAFTAR TABEL viii DAFTAR GAMBAR..... ix DAFTAR LAMPIRAN x BAB I..... Error! Bookmark not defined. A. Latar Belakang Masalah Error! Bookmark not defined. B. Identifikasi Masalah Error! Bookmark not defined. C. Batasan Masalah Error! Bookmark not defined. D. Batasan Penelitian Error! Bookmark not defined. E. Rumusan Masalah Error! Bookmark not defined. F. Tujuan Penelitian..... Error! Bookmark not defined. G. Manfaat Penelitian Error! Bookmark not defined. BAB II..... Error! Bookmark not defined. A. Landasan Teoritis Error! Bookmark not defined. 1. Bauran Promosi (Promotion Mix) Error! Bookmark not defined. 2. Promosi Penjualan (Sales Promotion) Error! Bookmark not defined. 3. Electronic Word of Mouth Error! Bookmark not defined. 4. Minat Beli Error! Bookmark not defined. B. Penelitian Terdahulu Error! Bookmark not defined. C. Kerangka Pemikiran Error! Bookmark not defined. D. Hipotesis Penelitian Error! Bookmark not defined. BAB III..... Error! Bookmark not defined. A. Objek Penelitian Error! Bookmark not defined. B. Disain Penelitian Error! Bookmark not defined. C. Variabel Penelitian Error! Bookmark not defined. 1 Variabel Independen Error! Bookmark not defined. 2 Variabel Dependen Error! Bookmark not defined. D. Teknik Pengambilan Sampel Error! Bookmark not defined. E. Teknik Pengumpulan Data Error! Bookmark not defined.	



F. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4. Pengujian Hipotesis dan Analisis Regresi Berganda	Error! Bookmark not defined.
5. Uji Koefesien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV.....	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
2. Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3. Analisis Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
4. Analisis Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
C. Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1. Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
2. Analisis Regresi Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
3. Uji Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.
D. Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
1. Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> di Instagram (X1)	Error! Bookmark not defined.
2. Variabel <i>Sales Promotion</i> (X2).....	Error! Bookmark not defined.
3. Variabel Minat Beli Konsumen (Y1).....	Error! Bookmark not defined.
4. Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> di Instagram terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet by Najla.....	Error! Bookmark not defined.
5. Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet by Najla Error! Bookmark not defined.	
6. Nilai Pengaruh variabel X terhadap Y yang Dominan	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
A. Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

BAB IV

Hak Cipta Dr. Andi Djajadi Undang-Undang

C. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

D. BAB V

E. LAMPIRAN

F. DAFTAR PUSTAKA

G. SIMPULAN

H. SARAN

I. PENUTUP

J. PENUTUP

K. PENUTUP

L. PENUTUP

M. PENUTUP

N. PENUTUP

O. PENUTUP

P. PENUTUP

Q. PENUTUP

R. PENUTUP

S. PENUTUP

T. PENUTUP

U. PENUTUP

V. PENUTUP

W. PENUTUP

X. PENUTUP

Y. PENUTUP

Z. PENUTUP

A. PENUTUP

B. PENUTUP

C. PENUTUP

D. PENUTUP

E. PENUTUP

F. PENUTUP

G. PENUTUP

H. PENUTUP

I. PENUTUP

J. PENUTUP

K. PENUTUP

L. PENUTUP

M. PENUTUP

N. PENUTUP

O. PENUTUP

P. PENUTUP

Q. PENUTUP

R. PENUTUP

S. PENUTUP

T. PENUTUP

U. PENUTUP

V. PENUTUP

W. PENUTUP

X. PENUTUP

Y. PENUTUP

Z. PENUTUP

A. PENUTUP

B. PENUTUP

C. PENUTUP

D. PENUTUP

E. PENUTUP

F. PENUTUP

G. PENUTUP

H. PENUTUP

I. PENUTUP

J. PENUTUP

K. PENUTUP

L. PENUTUP

M. PENUTUP

N. PENUTUP

O. PENUTUP

P. PENUTUP

Q. PENUTUP

R. PENUTUP

S. PENUTUP

T. PENUTUP

U. PENUTUP

V. PENUTUP

W. PENUTUP

X. PENUTUP

Y. PENUTUP

Z. PENUTUP

A. PENUTUP

B. PENUTUP

C. PENUTUP

D. PENUTUP

E. PENUTUP

F. PENUTUP

G. PENUTUP

H. PENUTUP

I. PENUTUP

J. PENUTUP

K. PENUTUP

L. PENUTUP

M. PENUTUP

N. PENUTUP

O. PENUTUP

P. PENUTUP

Q. PENUTUP

R. PENUTUP

S. PENUTUP

T. PENUTUP

U. PENUTUP

V. PENUTUP

W. PENUTUP

X. PENUTUP

Y. PENUTUP

Z. PENUTUP

A. PENUTUP

B. PENUTUP

C. PENUTUP

D. PENUTUP

E. PENUTUP

F. PENUTUP

G. PENUTUP

H. PENUTUP

I. PENUTUP

J. PENUTUP

K. PENUTUP

L. PENUTUP

M. PENUTUP

N. PENUTUP

O. PENUTUP

P. PENUTUP

Q. PENUTUP

R. PENUTUP

S. PENUTUP

T. PENUTUP

U. PENUTUP

V. PENUTUP

W. PENUTUP

X. PENUTUP

Y. PENUTUP

Z. PENUTUP

A. PENUTUP

B. PENUTUP

C. PENUTUP

D. PENUTUP

E. PENUTUP

F. PENUTUP

G. PENUTUP

H. PENUTUP

I. PENUTUP

J. PENUTUP

K. PENUTUP

L. PENUTUP

M. PENUTUP

N. PENUTUP

O. PENUTUP

P. PENUTUP

Q. PENUTUP

R. PENUTUP

S. PENUTUP

T. PENUTUP

U. PENUTUP

V. PENUTUP

W. PENUTUP

X. PENUTUP

Y. PENUTUP

Z. PENUTUP

A. PENUTUP

B. PENUTUP

C. PENUTUP

D. PENUTUP

E. PENUTUP

F. PENUTUP

G. PENUTUP

H. PENUTUP

I. PENUTUP

J. PENUTUP

K. PENUTUP

L. PENUTUP

M. PENUTUP

N. PENUTUP

O. PENUTUP

P. PENUTUP

Q. PENUTUP

R. PENUTUP

S. PENUTUP

T. PENUTUP

U. PENUTUP

V. PENUTUP

W. PENUTUP

X. PENUTUP

Y. PENUTUP

Z. PENUTUP

A. PENUTUP

B. PENUTUP

C. PENUTUP

D. PENUTUP

E. PENUTUP

F. PENUTUP

G. PENUTUP

H. PENUTUP

I. PENUTUP

J. PENUTUP

K. PENUTUP

L. PENUTUP

M. PENUTUP

N. PENUTUP

O. PENUTUP

P. PENUTUP

Q. PENUTUP

R. PENUTUP

S. PENUTUP

T. PENUTUP

U. PENUTUP

V. PENUTUP

W. PENUTUP

X. PENUTUP

Y. PENUTUP

Z. PENUTUP

A. PENUTUP

B. PENUTUP

C. PENUTUP

D. PENUTUP

E. PENUTUP

F. PENUTUP

G. PENUTUP

H. PENUTUP

I. PENUTUP

J. PENUTUP

K. PENUTUP

L. PENUTUP

M. PENUTUP

N. PENUTUP

O. PENUTUP

P. PENUTUP

Q. PENUTUP

R. PENUTUP

S. PENUTUP

T. PENUTUP

U. PENUTUP

V. PENUTUP

W. PENUTUP

X. PENUTUP

Y. PENUTUP

Z. PENUTUP

A. PENUTUP

B. PENUTUP

C. PENUTUP

D. PENUTUP

E. PENUTUP

F. PENUTUP

G. PENUTUP

H. PENUTUP

I. PENUTUP

J. PENUTUP

K. PENUTUP

L. PENUTUP

M. PENUTUP</

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Chak cipta teknik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwick Kian Gie)	
Tabel 1.1 Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman Indonesia (Kuartal I 2019-2021)	1
Tabel 1.2 Data Perbandingan <i>Followers Bittersweet</i> by Najla dengan Kompetitor	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Butir Pernyataan <i>Electronic Word of Mouth</i>	32
Tabel 3.2 Butir Pernyataan <i>Sales Promotion</i>	33
Tabel 3.3 Butir Pernyataan Minat Beli Konsumen.....	33
Tabel 3.4 Indikator Kuesioner Penelitian	35
Tabel 3.5 Skala <i>Likert</i>	36
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1)	45
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas <i>Sales Promotion</i> (X2)	47
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y1)	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1).....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas <i>Sales Promotion</i> (X2)	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli Konsumen (Y1)	50
Tabel 4.7 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.8 Persentase Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.9 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.10 Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan/ Penghasilan per Bulan	52
Tabel 4.11 Analisis Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1).....	52
Tabel 4.12 Analisis Variabel <i>Sales Promotion</i> (X2)	55
Tabel 4.13 Analisis Variabel Minat Beli Konsumen (Y1)	57
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Multikolonieritas</i>	60
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	60
Tabel 4.17 Hasil Uji f	61
Tabel 4.18 Hasil Uji t	61
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi.....	63

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mendapat izin dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR

©
Chak

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia dalam Global Digital Report 2021	4
Gambar 1.2 Data Urutan Pengguna Aktif Sosial Media di Indonesia dalam Global Digital Report 2021	5
Gambar 1.3 Akun Instagram Resmi Bittersweet by Najla	6
Gambar 1.4 Kompilasi <i>review</i> konsumen yang diunggah di Instagram Bittersweet by Najla	8
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran Penelitian	25
Gambar 4.1 Logo Bittersweet by Najla	43

Biro Ilmiah
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun
tanpa izin IBKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

©Hak Cipta milik IKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	72
Lampiran 2: Data Profil Responden Berdasarkan Kepemilikan Akun Instagram.....	78
Lampiran 3: Data Profil Responden Berdasarkan Pernah Membeli dan Mengkonsumsi Produk Bittersweet by Najla.....	78
Lampiran 4: Data Profil Responden Berdasarkan Nama.....	78
Lampiran 5: Data Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Lampiran 6: Data Profil Responden Berdasarkan Usia.....	82
Lampiran 7: Data Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
Lampiran 8: Data Profil Responden Berdasarkan Pendapatan/penghasilan per bulan	82
Lampiran 9: Data Kuesioner <i>Electronic Word of Mouth</i>	83
Lampiran 10: Data Kuesioner <i>Sales Promotion</i>	86
Lampiran 11: Data Kuesioner Minat Beli Konsumen	89
Lampiran 12: Hasil <i>Output Uji Validitas</i>	92
Lampiran 13: Hasil <i>Output Uji Reliabilitas</i>	94
Lampiran 14: Hasil <i>Output Uji Normalitas</i>	94
Lampiran 15: Hasil <i>Output Uji Multikolonieritas</i>	95
Lampiran 16: Hasil <i>Output Uji Heteroskedastisitas</i>	95
Lampiran 17: Hasil <i>Output Uji f</i>	95
Lampiran 18: Hasil <i>Output Uji t</i>	96
Lampiran 19: Hasil <i>Output Uji Koefisien Determinasi</i>	96
Lampiran 20: Report Originalitas Melalui TurnItIn.....	97

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS