

**PENGARUH AKUN INSTAGRAM “KULINERJOGJA” TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN DI “OJO DHUMEH ANGKRINGAN WIFI”
BANTUL D.I.YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh:
Ahmad Syarifudin Zuhri
NIM. 14511241032

**PROGRAM STUDI PENDDIKAN TEKNIK BOGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2019**

PENGARUH AKUN INSTAGRAM “KULINERJOGJA” TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI “OJO DHUMEH ANGKRINGAN WIFI” BANTUL D.I.YOGYAKARTA

Oleh:
Ahmad Syarifudin Zuhri
NIM. 14511241032

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk: (1) Mengetahui sejauh mana akun *Instagram* kulinerjogja sebagai salah satu media promosi kuliner yang ada di wilayah D.I.Yogyakarta. (2) Untuk mengetahui sejauh mana minat beli konsumen di Ojo Dhumeh Angkringan *Wifi* Bantul D.I.Yogyakarta. (3) Untuk mengetahui pengaruh akun *Instagram* Kulinerjogja terhadap minat beli konsumen di Ojo Dhumeh Angkringan *Wifi* Bantul D.I.Yogyakarta.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan survei. Penelitian dilakukan pada tanggal 26 Juli 2017- 26 Juli 2019. Populasi penelitian adalah pengunjung Ojo Dhumeh Angkringan *Wifi* yang mengikuti akun *Instagram* Kulinerjogja yang berjumlah 60 responden dan didapat dari rata-rata 150 pengunjung setiap harinya selanjutnya dihitung menggunakan rumus Slovin. Pengumpulan data dengan metode angket. Validitas instrument dengan menggunakan korelasi *Product Moment*, reliabilitas dengan *Alpha Cronbach*. Teknik analisis data yaitu analisis statistik deskriptif, uji normalitas data, uji koefisien korelasi, analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis.

Hasil penelitian adalah: (1) Akun *Instagram* kulinerjogja sebagai media promosi kuliner di D.I.Yogyakarta dikategorikan baik dengan skor 85,1. (2) Minat beli konsumen Ojo Dhumeh Angkringan *Wifi* Bantul D.I.Yogyakarta dikategorikan baik dengan skor 81,6. (3) Terdapat pengaruh akun *Instagram* Kulinerjogja terhadap minat beli konsumen Ojo Dhumeh Angkringan *Wifi* sesuai perhitungan yang diperoleh yakni thitung sebesar 4,35 lebih > ttabel 2,00172.

Kata kunci: *Instagram*, Kulinerjogja, Minat beli konsumen, Ojo Dhumeh Angkringan *Wifi*.

**THE EFFECT OF "KULINERJOGJA" INSTAGRAM ACCOUNT TO
INTEREST IN BUYING CONSUMERS IN "OJO DHUMEH ANGKRINGAN
WIFI" BANTUL D.I.YOGYAKARTA**

Oleh:
Ahmad Syarifudin Zuhri
NIM. 14511241032

ABSTRACT

This study is to knowing about: (1) Knowing the extent of the culinary Instagram account as one of the culinary promotion media in the D.I.Yogyakarta region. (2) To find out the extent of consumer buying interest in Ojo Dhumeh Angkringan Wifi Bantul D.I.Yogyakarta. (3) To determine the effect of the Kulinerjogja Intagram account on consumer buying interest in Ojo Dhumeh Angkringan Wifi Bantul D.I.Yogyakarta.

The research method used is quantitative research methods using surveys. The study was conducted on July 26, 2017 - July 26, 2019. The study population was visitors to Ojo Dhumeh Angkringan Wifi who participated in the Kulinerjogagram Instagram account, which amounted to 60 respondents, which was obtained from an average of 150 visitors per day and calculated using Slovin formula. Data collection using the questionnaire method. The validity of the instrument using Product Moment correlation, reliability with Alpha Croncbach. Data analysis techniques are descriptive statistical analysis, data normality test, correlation coefficient test, simple linear regression analysis and hypothesis testing.

The results shows that: (1) Instagram account for culinary work as a culinary promotion media in D.I. Yogyakarta gets a score of 4.28 in the Good category. (2) Interest in buying consumers Ojo Dhumeh Angkringan Wifi Bantul D.I.Yogyakarta scored 4.15 in the Good category. (3) There is an influence between Kulinerjogja's Instagram account on consumer buying interest of Ojo Dhumeh Angkringan Wifi according to calculations obtained by tcount of 4.35, greater than 2.00172 table.

Key words: Instagram, Kulinerjogja, Interest in buying consumers, Ojo Dhumeh Angkringan Wifi.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul

**PENGARUH AKUN INSTAGRAM “KULINERJOGJA” TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN DI “OJO DHUMEH ANGKRINGAN WIFI”
BANTUL D.I.YOGYAKARTA**

Yang disusun oleh:

AHMAD SYARIFUDIN ZUHRI
14511241032

Telah disetujui oleh pembimbing
Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Teknik Boga
Fakultas Teknik
Universitas Negeri Yogyakarta

Mengetahui,
Kaprosdi Pendidikan Teknik Boga



Dr. Mutiara Nugraheni, S.TP., M.Si
NIP. 19770131 200212 2 001

Disetujui,
Dosen Pembimbing TA



Dra. Sutriyati Purwanti, M.Si
NIP. 19611216 198803 2 001




LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**PENGARUH AKUN INSTAGRAM "KULINERJOGJA" TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN DI "OJO DHUMEH ANGKRINGAN WIFT"
BANTUL D.I.YOGYAKARTA**

Disusun oleh:
AHMAD SYARIFUDIN ZUHRI
NIM. 14511241032

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Skripsi Program Studi
Pendidikan Teknik Boga Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta
Pada tanggal 26 Juli 2019

| TIM PENGUJI | | |
|---|---|---------------|
| Nama/Jabatan | Tanda Tangan | Tanggal |
| Dra. Sutriyati Purwanti, M.Si Ketua Penguji/Pembimbing |  | 26 / 7 / 2019 |
| Andian Ari Anggraeni, S.T., M.Sc Sekretaris |  | 26 / 7 / 2019 |
| Dewi Eka Murniati, S.E., M.M Penguji Utama |  | 26 / 7 / 2019 |

Yogyakarta, 26 Juli 2019
Mengetahui,
Dekan Fakultas Teknik
Universitas Negeri Yogyakarta


Drs. Ir. Widarto, M.Pd
NIP. 19631230 198812 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ahmad Syarifudin Zuhri
NIM : 14511241032
Program Studi : Pendidikan Teknik Boga
Fakultas : Teknik
Judul Tugas Akhir : PENGARUH AKUN INSTAGRAM
"KULINERJOGJA" TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN DI "OJO DHUMEH
ANGKRINGAN WIFI" BANTU
D.I.YOGYAKARTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar- benar karya sendiri.
Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau
diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata
penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, Juli 2019

Penulis,



Ahmad Syarifudin Zuhri

NIM. 14511241032

HALAMAN MOTTO

“Aku ditolak dengan hebat sampai jatuh, tetapi TUHAN menolong
aku.”

Mazmur 118:13

“Dunia dan seisinya tidak akan sepadan dengan Kasih Sayang Umi.”

Abi Prof. Dr. Habib Quraish Shihab, MA

“Manusia itu ada dua, yakni manusia baik dan manusia berproses
menjadi baik.”

Abah Dr. KH. Abdurrahman Wahid

“Jika yang kau harapkan lambat datangnya, yakinlah Allah sedang
mengujimu.”

Abah KH. Ahmad Mustofa Bisri

“Sabar itu tak terbatas, Ikhlas itu tak berbekas.”

Abah KH. Anwar Zahid

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Ridho-Nya hingga terselesaikan Tugas Akhir Skripsi ini, Sholawat dan salam tercurah kepada Junjungan, Baginda Nabi Agung Muhammad SAW. Karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

Umi, Ayah, dan Mas yang selalu mencurahkan kasih sayang serta segala bantuan yang tak henti- hentinya diberikan hingga detik ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur kepada Allah SWT atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Akun *Instagram* Kulinerjogja terhadap Minat Beli Konsumen di Ojo Dhumeh Angkringan *Wifi* Bantul D.I.Yogyakarta” dengan lancar. Saya menyadari bahwa Tugas Akhir Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dra. Sutryati Purwanti, M.Si selaku Dosen Pembimbing TAS.
2. Dr. Mutiara Nugraheni, S.TP M. Si selaku Ketua Jurusan PTBB dan Ketua Program Studi Pendidikan Teknik Boga beserta dosen dan staf.
3. Dr. Ir. Widarto, M.Pd selaku Dekan Fakultas Teknik.
4. Dewi Eka Murniati, S.E., M.M selaku penguji utama serta Andian Ari Anggraeni, S.T., M.Sc selaku sekretaris penguji.
5. *Owner*, Manajemen, dan pengunjung Ojo Dhumeh Angkringan *Wifi* serta *owner* akun *Instagram* Kulinerjogja.
6. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan di sini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Yogyakarta,

Penulis,

Ahmad Syarifudin Zuhri

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------------------------------|
| ABSTRAK | ii |
| ABSTRACT | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN | v |
| SURAT PERNYATAAN | vi |
| HALAMAN MOTTO | vii |
| LEMBAR PERSEMBAHAN | viii |
| KATA PENGANTAR..... | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | Error! Bookmark not defined. |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. LATAR BELAKANG MASALAH..... | 1 |
| B. IDENTIFIKASI MASALAH..... | 7 |
| C. BATASAN MASALAH..... | 8 |
| D. RUMUSAN MASALAH..... | 8 |
| E. TUJUAN | 9 |
| F. MANFAAT PENELITIAN..... | 9 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 11 |
| A. KAJIAN TEORI | 11 |
| 1. Komunikasi Pemasaran | 11 |
| 2. Media Sosial..... | 15 |
| 3. Minat Beli Konsumen | 31 |
| 4. Ojo Dhumeh Angkringan <i>Wifi</i> | 37 |
| B. PENELITIAN YANG RELEVAN | 44 |
| C. KERANGKA BERFIKIR | 46 |
| D. HIPOTESIS PENELITIAN | 47 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 48 |

| | |
|---|-----------|
| A. JENIS PENELITIAN | 48 |
| B. TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN..... | 48 |
| C. POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN..... | 48 |
| 1. Populasi | 48 |
| 2. Sampel..... | 49 |
| D. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL | 50 |
| 1. Variabel Bebas (X)..... | 50 |
| 2. Variabel Terikat (Y)..... | 51 |
| E. INSTRUMEN DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA..... | 53 |
| 1. Instrumen..... | 53 |
| 2. Teknik Pengumpulan Data | 55 |
| F. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS | 56 |
| 1. Uji validitas | 56 |
| 2. Uji Reliabilitas..... | 57 |
| 3. Hasil Uji Validitas | 57 |
| 4. Hasil Uji Reliabilitas | 60 |
| G. TEKNIK ANALISIS DATA..... | 61 |
| 1. Analisis Statistik Deskriptif | 61 |
| 2. Uji Normalitas Data | 63 |
| 3. Pengujian Koefisien Korelasi..... | 64 |
| 4. Analisis Regresi Linier Sederhana | 65 |
| 5. Pengujian Hipotesis..... | 66 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 69 |
| A. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN..... | 69 |
| 1. <i>Instagram</i> | 69 |
| 2. <i>Akun Instagram Kulinerjogja</i> | 70 |
| 3. <i>Pengunjung Ojo Dhumeh Angkringan Wifi</i> | 71 |
| B. DESKRIPSI DATA RESPONDEN..... | 72 |
| 1. Jenis Kelamin | 72 |
| 2. Usia..... | 73 |
| C. HASIL ANALISIS DATA..... | 74 |
| 1. Hasil Analisi Statistik Deskriptif | 74 |

| | | |
|---|--|------------|
| 2. | Hasi Uji Normalitas Data | 102 |
| 3. | Hasil Uji Koefisien Korelasi | 103 |
| 4. | Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana..... | 104 |
| 5. | Hasil Uji Hipotesis | 106 |
| D. | PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN | 108 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 111 |
| A. | SIMPULAN | 111 |
| B. | SARAN | 111 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| TABEL 1. Daftar Akun Instagram Kuliner di D.I.Yogyakarta..... | 4 |
| TABEL 2 Daftar postingan Ojo Dhumeh Angkringan Wifi di akun Instagram kulinerjogja | 5 |
| TABEL 3. Daftar Harga Produk | 40 |
| TABEL 4. Daftar postingan di akun Instagram Ojo Dhumeh Angkringan Wifi .. | 43 |
| TABEL 5. Kisi- kisi Penyusunan Instrumen | 53 |
| TABEL 6. Uji Skala Likert | 56 |
| TABEL 7. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha | 57 |
| TABEL 8. Ringkasan Pemrosesan Kasus Akun Instagram Kulinerjogja | 58 |
| TABEL 9. Item Total Statistik Akun Instagram Kulinerjogja..... | 58 |
| TABEL 10. Ringkasan Pemrosesan Kasus Minat Beli Konsumen di Ojo Dhumeh Angkringan Wifi | 59 |
| TABEL 11. Total Item Statistik Minat Beli Konsumen di Ojo Dhumeh Angkringan Wifi | 59 |
| TABEL 12. Statistik Reliabilitas Akun Instagram Kulinerjogja | 60 |
| TABEL 13. Statistik Reliabilitas Minat Beli Konsumen di Ojo Dhumeh Angkringan Wifi | 61 |
| TABEL 14. Penentuan Kategori Rata-rata Skor Pernyataan Responden | 63 |
| TABEL 15. Interval Koefisien Korelasi | 65 |
| TABEL 16. Tabel Jenis Kelamin Responden | 72 |
| TABEL 17. Tabel Usia Responden..... | 73 |
| TABEL 18. Jawaban Responden Indikator Media Sosial..... | 75 |
| TABEL 19. Tabel Hasil Pernyataan 1..... | 76 |
| TABEL 20. Tabel Hasil Pernyataan 2..... | 77 |
| TABEL 21. Tabel Hasil Pernyataan 3..... | 78 |
| TABEL 22. Tabel Hasil Pernyataan 4..... | 79 |
| TABEL 23. Jawaban Responden Indikator Kreatifitas Akun Kuliner..... | 81 |
| TABEL 24. Tabel Hasil Pernyataan 5..... | 81 |
| TABEL 25. Tabel Hasil Pernyataan 6..... | 82 |
| TABEL 26. Tabel Hasil Pernyataan 7..... | 83 |
| TABEL 27. Tabel Hasil Pernyataan 8..... | 84 |
| TABEL 28. Tabel Hasil Pernyataan 9..... | 85 |
| TABEL 29. Tabel Hasil Pernyataan 10..... | 86 |
| TABEL 30. Jawaban Responden Indikator Keinginan Melakukan Pembelian | 88 |
| TABEL 31. Tabel Hasil Pernyataan 11..... | 88 |
| TABEL 32. Tabel Hasil Pernyataan 12..... | 89 |
| TABEL 33. Tabel Hasil Pernyataan 13..... | 90 |
| TABEL 34. Jawaban Responden Indikator Pengalaman | 92 |

| | |
|--|-----|
| TABEL 35. Tabel Hasil Pernyataan 14..... | 93 |
| TABEL 36. Tabel Hasil Pernyataan 15..... | 94 |
| TABEL 37. Tabel Hasil Pernyataan 16..... | 95 |
| TABEL 38. Jawaban Responden Indikator Referensial | 96 |
| TABEL 39. Tabel Hasil Pernyataan 17..... | 97 |
| TABEL 40. Tabel Hasil Pernyataan 18..... | 98 |
| TABEL 41. Jawaban Responden Indikator Eksploratif..... | 99 |
| TABEL 42. Tabel Hasil Pernyataan 19..... | 100 |
| TABEL 43. Tabel Hasil Pernyataan 20..... | 101 |
| TABEL 44. Tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | 102 |
| TABEL 45. Hasil Uji Koefisien Korelasi | 103 |
| TABEL 46. Model Summary | 104 |
| TABEL 47. Variables Entered/Removed | 105 |
| TABEL 48. Coefficientsa..... | 105 |
| TABEL 49. ANOVAa..... | 106 |
| TABEL 50. Nilai- Nilai dalam Distribusi t (58) | 107 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|-----|
| Gambar 1. Media Sosial yang paling sering digunakan di Indonesia (2019) | 2 |
| Gambar 2. Grafik jumlah pengikut akun instagram kulinerjogja | 30 |
| Gambar 3. Grafik jumlah postingan akun instagram kulinerjogja..... | 30 |
| Gambar 4. Konsep Pemikiran | 46 |
| Gambar 5. Logo Terbaru Instagram..... | 69 |
| Gambar 6. Akun Instagram Kulinerjogja..... | 70 |
| Gambar 7.Suasana Halaman Depan Cafe | 71 |
| Gambar 8. Diagram jenis kelamin responden | 72 |
| Gambar 9. Diagram usia responden | 73 |
| Gambar 10 Diagram hasil pernyataan 1 | 76 |
| Gambar 11. Diagram hasil Pernyataan 2..... | 77 |
| Gambar 12. Diagram hasil pernyataan 3..... | 78 |
| Gambar 13. Diagram hasil Pernyataan 4..... | 79 |
| Gambar 14. Diagram hasil pernyataan 5..... | 81 |
| Gambar 15. Diagram hasil pernyataan 6..... | 82 |
| Gambar 16. Diagram hasil Pernyataan 7..... | 83 |
| Gambar 17. Diagram hasil pernyataan 8..... | 84 |
| Gambar 18. Diagram hasil Pernyataan 9..... | 85 |
| Gambar 19. Diagram hasil Pernyataan 10..... | 86 |
| Gambar 20. Diagram hasil pernyataan 11 | 89 |
| Gambar 21. Diagram hasil pernyataan 12..... | 90 |
| Gambar 22. Diagram hasil pernyataan 13..... | 91 |
| Gambar 23. Diagram hasil pernyataan 14..... | 93 |
| Gambar 24. Diagram hasil pernyataan 15 | 94 |
| Gambar 25. Diagram hasil pernyataan 16..... | 95 |
| Gambar 26. Diagram hasil pernyataan 17 | 97 |
| Gambar 27. Diagram hasil Pernyataan 18..... | 98 |
| Gambar 28. Diagram hasil pernyataan 19..... | 100 |
| Gambar 29. Diagram hasil pernyataan 20..... | 101 |