

**PENGARUH PROMOSI ONLINE TERHADAP MINAT BELI
DI TAIGERSPRUNG DIMSUM YOGYAKARTA**

SKRIPSI



**Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata**

Oleh :

RATIH RATNA SARI

NO. MHS : 317101137

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PROMOSI ONLINE TERHADAP MINAT BELI
DI TAIGERSPRUNG DIMSUM YOGYAKARTA**



Oleh :

RATHI RATNA SARI

NO. MHS : 317101137

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Drs. Prihatno, M.M
NIDN 0526125901

Pembimbing II

Drs. Budi Hermawan, M.M
NIDN 0525047001

Mengetahui

Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan

Hermawan Prasetyanto, S.Sos, S.ST., M.M
NIDN 0516057102

BERITA ACARA UJIAN

**PENGARUH PROMOSI ONLINE TERHADAP MINAT BELI DI
TAIGERSPRUNG DIMSUM YOGYAKARTA**



Telah Dipertahankan di Depan Penguji

Dan Dinyatakan LULUS

Pada Tanggal : 4 Desember 2021

Penguji Utama : Harv Hermawan, S. Par, M. M :
NIDN : 0530099002

Pembimbing I : Drs. Prihatno, M. M :
NIDN : 0526125901

Pembimbing II : Drs. Budi Hermawan, M. M :
NIDN : 0525047001

Mengetahui
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ratih Ratna Sari



NIM : 317101137

Tempat Tanggal Lahir : Magelang, 28 Agustus 1997

Instansi : Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi yang berjudul “PENGARUH PROMOSI ONLINE TERHADAP MINAT BELI DI TAIGERSPRUNG DIMSUM YOGYAKARTA” adalah bukan tugas akhir skripsi orang lain sebagian maupun keseluruhan. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia mendapatkan sanksi.

Yogyakarta, 4 November 2021

 
Ratih Ratna Sari

HALAMAN MOTO

“Menyia-nyiakan waktu lebih buruk dari kematian karena kematian memisahkanmu dari dunia”

(Penulis)

“Selama ada niat dan keyakinan semua akan menjadi mungkin”

(Penulis)

“Pendidikan memiliki akar yang pahit, tapi buahnya manis”

(Aristoteles)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya kerjakan dengan sungguh-sungguh hasil dari pikiran dan kerja keras saya dalam membuatnya. Maka dari itu tugas akhir skripsi saya ini, saya persembahkan untuk orang-orang yang selalu mendukung saya dalam proses pembuatan tugas akhir ini melalui semangat dan dukungan kalian akhirnya saya berhasil menyelesaikannya :

1. Teruntuk Tuhan Yang Maha Esa yang telah membimbingku dalam menempuh setiap langkah kehidupan, saya tidak hentinya bersyukur atas pencapaian yang telah saya dapatkan hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dan mendapatkan gelar sarjana.
2. Kedua orang tua dan keluarga saya yang selalu menyemangati dan memberikan dukungan penuh untuk saya.
3. Untuk seluruh dosen yang telah membidik penulis sampai dengan sekarang yang memberikan ilmunya, semoga menjadi amal kepada mereka semua.
4. Teman-teman Pengelolaan Perhotelan D yang sudah menemani proses perkuliahan selama 4 tahun ini.
5. Sahabat saya dari Bekasi dan teman saya dari Lampung atas segala dukungan dan motivasinya.
6. Dan semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, serta dengan usaha sepenuh hati, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa penyelesaiannya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun secara tidak langsung mewujudkan skripsi ini kepada :

1. Drs. Prihatno, M.M., selaku pembimbing I sekaligus Ketua STP AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dan motivasi selama proses penulisan skripsi.
2. Drs. Budi Hermawan, MM., selaku pembimbing II yang telah dengan sabar dan arif dalam memberikan bimbingan dan pengarahan, serta petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Hary Hermawan. S. Par.,M. M., selaku penguji saya yang telah memberikan pengarahan dan menjelaskan skripsi secara keseluruhan.
4. Drs. Santosa, MM., selaku dosen mata kuliah Statistika yang telah mengajarkan saya bagaimana mengolah data menggunakan SPSS yang sangat berguna di penelitian skripsi ini.
5. Ibu Tiara selaku Manajer Taigersprung Dimsum Yogyakarta yang telah bersedia melakukan wawancara secara langsung, serta pihak manajemen yang telah mengizinkan pelaksanaan penelitian ini.
6. Para responden penelitian yang telah bersedia dan meluangkan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dengan mengisi angket penelitian.
7. Serta semua pihak yang telah memberikan motivasi, bantuan moril dan materil.

Penulis menyadari dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran agar ke depan dapat lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat dijadikan acuan tindak lanjut peneliti selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 4 Desember 2021

Ratih Ratna Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
BERITA ACARA UJIAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Landasan Belakang	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7

BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori	9
B. Bauran Promosi	11
C. Minat Beli	18
D. Pemikiran Teoritik	24
E. Penelitian Terdahulu	25
F. Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	27
---------------------------	----

B. Waktu dan Tempat Penelitian	27
C. Populasi dan Sampel	27
D. Variabel dan Indikator	28
E. Metode Pengumpulan Data	30
F. Metode Analisis Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian	38
B. Hasil Penelitian	45
C. Hasil Analisis Data.....	51
D. Pembahasan	53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	56
B. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.2 Hasil Usia Responden	46
Tabel 4.3 Hasil Domisili Responden	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas.....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas.....	50
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji T.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>Smoking Area</i>	39
Gambar 4.2 Non Smoking Area	39
Gambar 4.3 Toilet	40
Gambar 4.4 Wastafel.....	40
Gambar 4.5 Buku Menu	40
Gambar 4.6 Parkiran	41
Gambar 4.7 Karyawan Taiger	43
Gambar 4.8 Karyawan Taiger	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 3 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 4 Data Hasil Penelitian

Lampiran 5 Data Responden

Lampiran 6 Output SPSS Versi 16.0

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul “Pengaruh Promosi Online terhadap Minat Beli di Taigersprung Dimsum Yogyakarta”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa pengaruh promosi online terhadap minat beli di Taigersprung Dimsum Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini yaitu Promosi Online (X) dan Minat Beli (Y). Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan sebanyak 50 responden dengan teknik pengambilan random sampling. Instrumen penelitian menggunakan observasi, kuesioner, dokumentasi, serta wawancara, yang kemudian diuji menggunakan uji validitas, analisis regresi sederhana dan uji reliabilitas sebagai uji instrumen. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t guna menguji hipotesis. Uji tersebut diolah menggunakan SPSS versi 16.0.

Penelitian memperlihatkan bahwa pengaruh promosi online berpengaruh terhadap minat beli ke Taigersprung Dimsum Yogyakarta. Pernyataan ini dibuat dengan hasil dari koefisien garis regresi sebesar 1,3% menyatakan bahwa setiap penambahan satuan Promosi Online akan meningkatkan minat beli pelanggan sebesar 1,3%. Uji T memperlihatkan kesimpulan bahwa Nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2.883 > 2,01174$. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel pengaruh promosi online dengan variabel minat beli di Taigersprung Dimsum Yogyakarta.

Kata kunci : Promosi Online dan Minat Beli

ABSTRACT

In this study the author took the title "The Effect of Online Promotion on Buying Interest in Taigersprung Dimsum Yogyakarta". The purpose of this study was to determine how much influence online promotions have on buying interest at Taigersprung Dimsum Yogyakarta.

This research is a quantitative research. The variables in this study are Online Promotion (X) and Purchase Interest (Y). In this study, the sample used was 50 respondents with a random sampling technique. The research instrument used observation, questionnaires, documentation, and interviews, which were then tested using validity tests, simple regression analysis and reliability tests as test instruments. Analysis of the data used in this study is the t test to test the hypothesis. The test was processed using SPSS version 16.0.

Research shows that the influence of online promotion has an effect on buying interest in Taigersprung Dimsum Yogyakarta. This statement is made with the results of the regression line coefficient of 1.3% stating that each additional Online Promotion unit will increase customer buying interest by 1.3%. The t-test shows the conclusion that the t-count value is greater than the t-table, namely $2.883 > 2.01174$. Thus, it can be concluded that H_a is accepted, meaning that there is a significant influence between the variables of the influence of online promotion and the variable of buying interest at Taigersprung Dimsum Yogyakarta.

Keywords: Online Promotion and Buying Interest

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Yogyakarta merupakan suatu kota destinasi wisata dan kuliner. Yogyakarta yang memiliki wisata alam dan pantainya yang begitu indah dan masih terkesan alami. Adapun tempat kuliner di kota ini sekarang sangat banyak seperti gudeg, dimsum, dan jajanan khas Yogyakarta. Perpaduan alam, pantai, pegunungan dan hutan wisata serta masyarakat yang masih pedesaan menjadi faktor yang menarik untuk dinikmati. Yogyakarta yang memiliki keanekaragaman obyek wisata harus dapat didukung infrastruktur penunjang di Yogyakarta yang sangat diperlukan untuk menunjang wisatawan misalnya tempat kuliner yang sangat disukai oleh orang-orang, tentunya anak muda.

Kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan berupa makanan maupun minuman. Kuliner tidak terlepas dari kegiatan masak memasak yang kaitannya dengan konsumsi makanan sehari-hari. Kata kuliner merupakan unsur serapan bahasa Inggris yaitu *Culinary* yang berarti berhubungan dengan memasak. Sedangkan orang yang bekerja di bidang kuliner disebut koki atau *Chef*. Referensi wisata kuliner, wisata kuliner ini bertujuan untuk mencoba menikmati hasil masakan di tempat wisata tersebut. Sebagai contoh konkrit dalam bidang wisata kuliner yang ada di kota Yogyakarta yaitu mencoba menikmati makanan khas daerah

Yogyakarta. Anak-anak muda sekarang hanya menikmati dan mengikuti tren masa kini dengan lebih memilih kuliner luar yang dianggap modern seperti Taigersprung Dimsum yang memiliki konsep modern di Indonesia yang menyediakan varian dimsum lengkap khas *chinese food*. Ciri-ciri menu masakannya adalah pada bumbu utamanya yaitu terdapat bawang putih, kecap asin, kecap ikan, saos tiram, saus tomat dan minyak wijen, Taigersprung Dimsum merupakan salah satu restoran *chinese food* yang lokasinya di Ruko Plaza Seturan Blok B01, Seturan Raya, Kledokan, Caturtunggal, Depok, Yogyakarta. Di sini tersedia banyak varian dimsum mulai dari xialong bao, bakpao, nasi hainam, bakmie Chasiu dan lain-lain. Yang membuat Dimsum menarik karena dimsum selalu disajikan dalam wadah kukusan bambu agar tetap panas.

Penyedia produk kuliner dalam menawarkan atau mempromosikan dapat menggunakan pemasaran atau promosi berbasis online. Semakin maraknya penggunaan teknologi untuk kegiatan perdagangan dan promosi sangat berkembang dengan cukup pesat. Pertambahan penduduk yang makin bertambah dan mobilitas manusia yang tinggi menuntut dunia perdagangan harus mampu menyediakan layanan barang dan jasa dengan instan sesuai dengan permintaan konsumen. Referensi perkembangan teknologi dibidang perdagangan dan kegiatan promosi yaitu munculnya transaksi yang menggunakan media sosial untuk menghubungkan antara produsen dan konsumen. Transaksi penggunaan teknologi media sosial merupakan kebutuhan bagi banyak orang karena

dengan media soial kita bisa mengakses dan menemukan segala informasi diseluruh dunia dengan cepat dan mudah. Dari berbagai kalangan dan usia mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh hingga menyampaikan informasi ke publik. Media sosial sangat dibutuhkan dalam berkomunikasi secara cepat tanpa ada batasan wilayah, ruang,dan waktu. Media sosial juga bisa digunakan untuk memperluas pergaulan kita sebagai makhluk sosial. Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang menyebarluaskan konten mereka sendiri. Beberapa contoh aplikasi dari media sosial ada *tweeter*, *instagram*, *facebook*, *YouTube* dan lain sebagainya yang dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis.

Internet merupakan singkatan dari *interconnected network*. Jika diterjemahkan secara langsung berarti jaringan yang saling terhubung. Internet adalah gabungan jaringan komputer diseluruh dunia yang membentuk suatu sistem jaringan informasi global. Semua komputer yang terhubungan ke internet dapat mengakses semua informasi yang terdapat di internet dari satu komputer kekomputer lain tanpa dibatasi oleh jarak kedua fisik komputer tersebut. Peranan Internet yang sangat penting adalah sebagai sumber data dan informasi serta sebagai sarana pertukaran data dan informasi. Kebutuhan internet yang sangat penting sehingga pemakai jumlah internet setiap tahun yang selalu meningkat di seluruh dunia.

Perkembangan internet di Indonesia sendiri jumlah pemakai internet selalu meningkat dengan peningkatan yang cukup besar. Asosiasi penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan jumlah internet di Indonesia pada tahun 2013 mencapai 71,19 juta, meningkat 13% dibanding tahun 2012 yang mencapai sekitar 63 juta pengguna (*www.antara news.com*). Kenaikan yang signifikan ini diyakini karena infrastruktur untuk tersedianya internet di Indonesia kebutuhan masyarakat juga sangat beragam untuk kebutuhan kantor, pencarian data, media sosial, dan lain-lain. Kebutuhan yang lainnya yaitu kegiatan promosi dengan sistem online atau disebut sistem *Online Promotion*. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh pemasar dengan menggunakan media internet. Banyaknya *gadget* yang digunakan masyarakat saat ini juga menjadi pendukung bahwa pemasar juga harus mengambil celah untuk melakukan kegiatan promosi di internet agar dapat memberikan informasi kepada konsumen serta dapat menumbuhkan minat untuk memaka produk atau jasa tersebut.

Promosi Online adalah upaya untuk melakukan promosi secara online, dimana salah satunya menggunakan media internet. Online disini berarti terhubung, terkoneksi aktif dan siap untuk berkomunikasi dengan, atau dikontrol oleh komputer. Promosi merupakan proses mengomunikasikan variabel baruan pemasaran untuk dilaksanakan oleh Hotel dalam memasarkan produk atau jasa (Hasan,2013:603).

Penggunaannya, kata promosi online memiliki beberapa persamaan istilah, baik dalam bahasa Indonesia atau bahasa asing, mengingat untuk ilmu teknologi komunikasi peran bahasa asing lebih dominan dan terkadang lebih bisa diterima, contohnya masyarakat lebih familiar dengan kata upload dibanding kata unggah. Kegiatan promosi yang dilakukan menggunakan media internet atau web ini para pelanggan mendapatkan informasi dan produk-produk yang ditawarkan oleh Taigersprung Dimsum. Sebelum melakukan membeli produk di Taigersprung Dimsum, para pelanggan dapat mengecek produk dan fasilitas yang ditawarkan serta harga produk yang ditawarkan, pelanggan tersebut kemudian dapat memesan melalui contact number dan lain-lain.

Berdasarkan observasi yang dilakukan selama ini promosi online yang dilakukan oleh Taigersprung Dimsum Yogyakarta adalah dengan menggunakan Instagram. Media sosial instagram merupakan salah satu akun media sosial yang turut serta berperan dalam mengenalkan promo, informasi dan produk. Media sosial instagram ini memang sudah tidak diragukan akan ke populerannya di dunia pada saat ini. Meskipun begitu, ternyata banyak orang yang tidak mengetahui arti sebenarnya dari kata “Instagram” tersebut. Instagram disusun dari dua kata yaitu “insta” yang mengartikan instan dan terinspirasi dari kamera polaroid kala itu yang secara instan mencetak foto setelah objek berhasil difoto. Kata “gram” yang diambil dari istilah telegram yang bermakna sebagai media pengirim informasi yang sangat cepat dan efisien. Aplikasi yang

didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger delapan tahun lalu tepatnya pada Oktober 2010 ini pada dasarnya memang dikhususkan untuk para penikmat dan praktisi fotografi. Maka dari fungsi tersebutlah bisa diperoleh sejumlah manfaat yang bisa menciptakan hasil-hasil yang optimal dan dari situ pengguna memanfaatkan untuk tujuan tertentu. Tak sedikit para pengguna saat ini menyadari bahwa aplikasi tersebut merupakan media yang sangat tepat untuk berbagi informasi bahkan dalam hal promosi dari suatu produk dari pada pengguna, karena mereka lebih tertarik pada Bahasa visual. Maka dari itu instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk berinteraksi melalui visual maupun video. Sama halnya seperti apa yang dilakukan oleh akun Instagram @taigersprung ini. Akun yang berisikan informasi mengenai penjualan produk dengan memanfaatkan instagram sebagai sarana untuk mempopulerkan beberapa produk makanan dengan membawa konsep. Akun yang dibuat pada tahun 2012 ini selalu menampilkan konten-konten yang menarik dan selalu up to date. Sampai saat ini akun tersebut sudah memiliki pengikut kurang lebih sebanyak 301.000 dan menjadikannya sebagai akun yang paling diminati oleh semua orang. Akun sosial media instagram itulah yang turut berperan dan membantu Taigersprung Dimsum Yogyakarta dalam mengenalkan produknya kepada masyarakat karena berbagai macam keterbatasan media promosi yang dipakai oleh Taigersprung Dimsum Yogyakarta.

Berdasarkan uraian di atas, Taigersprung menjadi berbeda diantara restoran dimsum pada umumnya sebab rutinnnya pemanfaatan instagram sebagai media promosi setiap harinya dan varian dimsum yang ditawarkan lebih lengkap. Penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Promosi Online terhadap Minat Beli di Taigersprung Dimsum Yogyakarta”.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis akan membatasi promosi online yang dimaksud adalah media instagram.

C. Rumusan Masalah

Apakah promosi online melalui media *instagram* mempengaruhi minat beli pelanggan di Taigersprung Dimsum Yogyakarta?

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi online dengan media sosial *instagram* terhadap minat beli pelanggan di Taigersprung Dimsum Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti

Manfaat penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis dan mengaplikasikan ilmu yang sudah didapatkan selama bangku kuliah yang berkaitan dengan promosi online terhadap minat beli di Taigersprung Dimsum Yogyakarta.

2. Manfaat bagi STP AMPTA

Manfaat dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai pembandingan bagi pembaca yang ingin melaksanakan penelitian di bidang pemasaran khususnya tentang variabel pengaruh promosi online terhadap minat beli pelanggan di Taigersprung Dimsum Yogyakarta.

3. Manfaat bagi Taigersprung Dimsum

Manfaat dari hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi tambahan dan masukan mengenai promosi online dalam meningkatkan minat beli pelanggan di Taigersprung Dimsum Yogyakarta.