

## **BAB V**

### **KEISMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **A. Kesimpulan**

Dalam latar belakang sudah dipaparkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemasaran digital terhadap keputusan pembelian di restoran At Pieno di Kota Tanjungpinang. Pengaruh pemasaran digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karna restoran tersebut mampu membangun branding restoran dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram dan jejaring sosial lainnya, restoran at pieno mampu memposisikan , dan membuat menu yang menarik dan memiliki trik yang jitu dalam pemasarannya agar kosumen datang ke restoran tersebut. Promosi yang dilakukan restoran tersebut antara lain, berdasarkan karakteristik data penelitian jenis kelamin perempuan yang mendominasi hal ini dikarenakan tempat tersebut bisa digunakan untuk berfoto, dan sekaligus yang pernah berkunjung lebih dari pada tiga kali, juga harus membuka media sosial yang ditawarkan oleh restoran tersebut karna syarat utama untuk mendapatkan promosi adalah menunjukkan bahwa kosumen telah mengisi syarat yang diminta oleh restoran tersebut. Berdasarkan data-data yang peneliti kumpulkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data penelitian valid dan reliabel sehingga peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pemasaran digital (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) di Restoran at Pieno Kota Tanjung Pinang.
2. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh 0,691. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pemasaran digital mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 69,1%, sedangkan sisanya sebesar 30,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

## **B. Rekomendasi**

Dalam hasil penelitian ini variabel independen yaitu pemasaran digital dapat menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan pembelian sebesar 69,1%, sedangkan sisanya sebesar 30,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical*, *evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli (Rahayu, 2017).

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk memberikan variabel lain yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti variabel atribut produk, harga sebagaimana dalam penelitian yang dilakukan oleh Wikan (2013) variabel harga dapat menjelaskan variabel minat sebesar (86 %) sedangkan sisanya sebesar 14 % dijelaskan oleh variabel lain yang

tidak diteliti. Hasil penelitian diharapkan akan berguna untuk akademis sebagai kontribusi secara khusus pada tema-tema keputusan pembelian dan pemasaran digital yang sebelumnya telah banyak diteliti

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Arikunto, S. (2002). Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Damanik. (2006). Perencanaan Ekowisata. Yogyakarta: PUSBAR UGM & ANDI Yogyakarta
- Ghozali, Imam. (2015). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan. (2002). Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Penerbit Ghalia Indonesia: Jakarta
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler dan Armstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kaplan dan Haenlein. (2010). User Of The World, Unite! The Challenges and Opportunities Of Social Media, Business Horizons
- Marsum. (2005). Restoran dan Segala Permasalahannya. Edisi Empat. Yogyakarta: Andi
- Ryan dan Jones. (2009). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies For Engaging The Digital Generation. Philadelphia: Kogan Page
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Subagyo. (2006). Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek. Rineka Cipta. Jakarta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Septiano. (2017). Digital Marketing. Retrieved from Red Tree
- Sanjaya dan Josua. (2009). Creative Digital Marketing. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Tjiptono. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta

Tjiptono. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.

**Jurnal:**

Balawera, Asrianto. (2013). Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado. *Jurnal EMBA*, Volume 1, Nomor 4, hal. 2117-2129.

**Skripsi:**

Wikan Dewi. (2013). Pengaruh Atribut produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bundle Handphone Smartphone Merek Black Berry 8530. Skripsi S-1 Fakultas Pendidikan Tata Niaga Universitas Surabaya


Siti Khoziyah. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan pembelian followers online shop instagram @kpopconnection. Skripsi S-1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Riau.

Fransillia Marsilina Mewoh. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Matahari Departemen Store Manado Town Square. Skripsi S-1 Administrasi Bisnis. Universitas Sam Ratulangi

# LAMPIRAN

## LAMPIRAN I

### SURAT PENELITIAN



**YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA**  
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA**  
**YOGYAKARTA**  
Jl. Laksa Adasucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281  
Telp / fax : (0274) 455115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

No/or : 024/Q.AMPTA/ VI/2022 Yogyakarta 03 Juni 2022  
Hal : Permohonan Penelitian

Kepada Yth  
Bapak/Ibu  
Restoran: Manager At Pieno Tanjungpinang  
Jl. Ir. Sutami No. 6, Tanjungpinang Timur  
Kepulauan Riau

Dengan Hormat,


Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Restoran At Pieno Tanjungpinang, Kep. Riau selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 04 Juni 2022 sampai dengan tanggal 04 Juli 2022, bagi mahasiswa kami dari Jurusan D IV Pengeolaan Perhotelan

Nama Mahasiswa : Wulanar  
No Mahasiswa : 318101189  
Semester : VIII(Delapan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul :  
**"PENGARUH PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTAURANT AT PIENO KOTA TANJUNGPINANG ."** Proposal Penelitian akan diikutsertakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas bantunnya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami  
Ketis



Temoran  
File

Prasetyo, M.M

## LAMPIRAN II

### SURAT BALASAN PENELITIAN

#### AT PIENO Casual Dining Resto & Café

Jl. Ir. Sutarni No.5, Tj. Pinang Timur, Kec. Bukit Bestari, Kota Tanjung Pinang,  
Kepulauan Riau 29122

Hal : Balasan

Kepada Yth :  
Ketua Jurusan Pengolahan Perhotelan  
STP AMPTA YOGYAKARTA  
Di Tempat,

Dengan Hormat,  
Yang Bertanda tangan di bawah ini :  
Manajer operasional Restoran AT PIENO

Menyatakan Bahwa,

Nama Mahasiswa : Wulandari  
No Mahasiswa : 218101189  
Tanggal : 1 Juni 2022 - 30 Juni 2022  
Universitas : STP AMPTA YOGYAKARTA

Telak kami setuju untuk mengadakan penelitian di Restoran AT PIENO dengan permasalahan dan judul

"PENGARUH PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN AT PIENO DI KOTA TANJUNGPINANG"

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih

Tanjungpinang, 30 Juni 2022

Hormat kami

  
Manajer Operasional Restoran



## LAMPIRAN III

### KOESIONER

Berilah tanda (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan Saudara.

1. Usia : 15 tahun - 25 tahun   
25 ahun - 35 tahun   
>35 tahun
2. Jenis Kelamin : Laki-laki   
Perempuan
3. Pendidikan : SMP   
SMA   
Perguruan Tinggi
4. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa   
: ASN   
: Swasta   
: Wirausaha
5. Berapa kali anda pernah berkunjung ke Restoran at Pieno  
: 1 kali   
: 2 kali   
: 3 kali   
: >3 kali

## 1. Pemasaran Digital

Berilah tanda (√) pada jawaban yang di anggap paling sesuai dengan keadaan saudara.

### Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

RR = Ragu-Ragu

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya dapat mengakses informasi tentang Restoran At Pieno yang saya inginkan melalui website resmi tersebut.					
2.	Saya bisa mendapatkan informasi terkait Restoran At Pieno melalui situs pencarian di internet.					
3.	Restoran At Pieno memasang iklan di internet.					
4.	Saya melihat iklan Restoran At Pieno pada situs lain (seperti Instagram, Facebook, <i>Youtube</i> dan lain-lain).					
5.	Saya mudah menghubungi <i>customer service/marketing</i> baik secara <i>online chat</i> pada aplikasi jual beli <i>online</i> maupun via WA atau media sosial.					
6.	Saya mengetahui bahwa produk Restoran At Pieno aktif mengiklankan produknya melalui aplikasi jual beli online dan/atau jejaring sosial.					
7.	Saya mengetahui bahwa produk Restoran At Pieno menggunakan <i>e-mail</i> untuk sarana pemasaran produknya (seperti pemberitahuan diskon, produk baru, dll).					
8.	Layanan sosial media memudahkan konsumen mendapatkan informasi tentang Restoran At Pieno					

## 2. Keputusan Pembelian

Berilah tanda (√) pada jawaban yang di anggap paling sesuai dengan keadaan saudara.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

RR = Ragu-Ragu

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli produk Restoran At Pieno sesuaidengan kebutuhan dan keinginan.					
2.	Saya memilih membeli di Restoran At Pieno daripada Restoran luar/asing.					
3.	Saya lebih sering membeli makanan di Restoran At Pieno secara <i>online</i> .					
4.	Saya memutuskan membeli produk Restoran At Pieno ketika sedang ada promo ataupun uang lebih.					
5	Saya memutuskan membeli jumlah produk lebih dar satu di Restoran At Pieno.					
6	Saya memutuskan melakukan pembayaran produk Restoran At Pieno secara <i>online</i> dengan Transfer ATM/Bank.					



Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	3	4	3	3	4	3	3	3	4	5	5	4	5	5
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	4	4	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	3	3
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	4	3	4	3	5	3	5	5	4	4	5	3	4	5
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	4	3	5	4	5	3	3	4	4	3	5	3	4	3
Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	3	5	5	5	4	5	3	5	3	4	4	5	5	3

Perempuan	15 tahun - 25 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	4	3	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	Pelajar/Mahasiswa	>3 kali	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	5	2	2	2	5	2	2	3	5	2	5	5	2	3
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	4	5	4	4	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	3
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	ASN	1 kali	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
Perempuan	>35 tahun	Perguruan Tinggi	Wirasaha	1 kali	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4



	tahun																	
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Wirausaha	2 kali	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Wirausaha	2 kali	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Wirausaha	2 kali	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	2 kali	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	4	4	4	4	3	3	1	3	2	4	3	2	3
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	3	3	3	3	3	3	1	3	2	4	4	2	4	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3



	tahun																	
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	3	3	4	4	4	4	5	4	2	2	4	3	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	3	3	3	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	3
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
<b>Laki-laki</b>	25 tahun - 35 tahun	SMA	Swasta	3 kali	3	3	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	3

## LAMPIRAN V

### OLAH DATA

#### Statistics

	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Berkunjung
N Valid	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0

#### Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15 tahun - 25 tahun	34	34.0	34.0	34.0
25 tahun - 35 tahun	39	39.0	39.0	73.0
>35 tahun	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	10	10.0	10.0	10.0
SMA	34	34.0	34.0	44.0
Perguruan Tinggi	56	56.0	56.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	37	37.0	37.0	37.0
ASN	13	13.0	13.0	50.0
Swasta	26	26.0	26.0	76.0
Wirausaha	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	





Y5	Pearson Correlation	.393**	.618**	.504**	.558**	1	.682**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.367**	.546**	.486**	.542**	.682**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.702**	.800**	.785**	.834**	.798**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	8

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	28.3500	21.179	.609	.899
X2	28.4600	19.665	.725	.889
X3	28.4700	20.514	.667	.894
X4	28.5000	19.586	.764	.886
X5	28.4300	20.086	.656	.895
X6	28.3900	20.099	.687	.893
X7	28.5200	18.777	.754	.886
X8	28.5900	18.446	.722	.891

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	6

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	20.1700	10.708	.564	.868
Y2	20.2000	9.960	.692	.846
Y3	20.1600	10.338	.681	.848
Y4	20.2500	9.705	.741	.837
Y5	20.1800	10.189	.698	.845
Y6	20.2400	10.669	.662	.852

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	3.00	5.00	4.1800	.68726
X2	100	1.00	5.00	4.0700	.80723
X3	100	2.00	5.00	4.0600	.73608
X4	100	2.00	5.00	4.0300	.78438
X5	100	1.00	5.00	4.1000	.81029
X6	100	2.00	5.00	4.1400	.77876
X7	100	1.00	5.00	4.0100	.90448
X8	100	1.00	5.00	3.9400	.98288
Valid N (listwise)	100				

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	100	2.00	5.00	4.0700	.81965
Y2	100	1.00	5.00	4.0400	.85185
Y3	100	2.00	5.00	4.0800	.78727
Y4	100	2.00	5.00	3.9900	.85865
Y5	100	2.00	5.00	4.0600	.80177
Y6	100	3.00	5.00	4.0000	.73855
Valid N (listwise)	100				

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.831 <sup>a</sup>	.691	.688	.34441

a. Predictors: (Constant), Pemasaran Digital

**Coefficients<sup>a</sup>**


Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.730	.226		3.234	.002
	Pemasaran Digital	.811	.055	.831	14.796	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## LAMPIRAN VI

### SURAT BIMBINGAN SKRIPSI

**LEMBAGA Bimbingan**



**NAMA PEMBIMBING I: DES PRATIYO, MM**

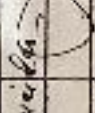



**NAMA MAHASISWA: AUJADADI**

**NO. MAHASISWA: 51810183**

**JUDUL PENELITIAN: Analisis Peranan data sosial media Instagram terhadap pola perilaku pengguna media sosial era new normal**

**NAMA PEMBIMBING II: YUS SUCIATI, SH, MM**

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	19/6/22	<p>Judul yang tersedia</p> <p>analisis Instagram</p> <p>sejarah Akuntansi</p> <p>keuangan</p> <p>Manajemen &amp; Perencanaan</p> <p>Manajemen pemasaran</p>	
2	26/6/22	<p>Telaah kritis</p> <p>Balok &amp; Perencanaan</p> <p>Keuangan &amp; Pajak</p> <p>Manajemen &amp; Perencanaan</p>	
		<p>Sistem dan Perhitungan</p> <p>Laporan &amp; Laporan</p> <p>Laporan &amp; Laporan</p> <p>Peta &amp; Peta</p> <p>Manajemen &amp; Perencanaan</p>	
		<p>Manajemen &amp; Perencanaan</p> <p>Manajemen &amp; Perencanaan</p>	





NAMA MAHASISWA : MULANWARIZI  
 NO. MAHASISWA : 31810189  
 JUDUL PENELITIAN :

NAMA PEMBINGUNGGI : YUDI SETIADI, S.H., T.M.

NAMA PEMBINGUNGGI : Drs. PETERUS M.M.

NO.	TANGGAL	URAIAN BINCINGAN	PARAF	NO.	TANGGAL	URAIAN BINCINGAN	PARAF
3	29/5/21	Pedoman wawancara. X happy itu kayaknya ada variabelnya 47. ditanyakan. - Buat daftar per- tayangan secara dg media bering lode	<i>[Signature]</i>	4	17/6	Pilotage	<i>[Signature]</i>
						Amula Vate	<i>[Signature]</i>
						Komputer & Saas	<i>[Signature]</i>
4	30/5/21	Proposal Acc	<i>[Signature]</i>			Acc	<i>[Signature]</i>



