

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian

Aplikasi *Go-food* Indonesia merupakan salah satu layanan yang disediakan oleh Gojek Indonesia. Untuk itu, *Go-food* Indonesia selalu melakukan strategi pemasaran agar mampu bersaing dengan competitor sejenis *Grab food* dan *Shopee Food* sehingga *Go-food* Indonesia mengadakan sebuah kampanye bertajuk Petualangan Kuliner. Dalam kampanye ini *Go-food* Indonesia melibatkan Nex Carlos *influencer* di bidang *food and beverages* yang aktif dalam mengulas makanan dan minuman terkini dalam platform media sosial Youtube Nex Carlos. Nex Carlos memiliki jumlah pengikut di *Instagram* sebanyak 1 juta pengikut dan 4,31 juta *subscriber Youtube* Nex Carlos (Youtube Nex Carlos, n.d.).

Dengan demikian penelitian ini menitikberatkan pada pengaruh yang diberikan Nex Carlos sebagai *influencer* dalam meningkatkan minat beli pelanggan *Go-food* Indonesia. Hal ini relevan dengan kondisi saat ini dimana berbagai perusahaan besar menggunakan *influencer* sebagai salah satu strategi dalam mendongkrak dan meningkatkan minat beli sebuah produk. Shimp dan Andrews (2018, p. 227) menyebutkan penggunaan *influencer* digunakan oleh setiap perusahaan untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan terbesar dalam tercapainya tujuan perusahaan.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Data

Deskriptif data adalah merupakan gambaran data yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam pengujian deskripsi data ini peneliti mencoba untuk mengetahui gambaran atau kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dari pengumpulan data kuesioner hasil jawaban responden, dengan jumlah sampel, yaitu sebanyak 277 responden pada pengguna aplikasi *Go-Food* Indonesia serta

subscribers Youtube Nex Carlos, pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan program *Statistical Program and Service Solutions* seri 25.0.

Berdasarkan hasil tabulasi kuesioner yang diterima dapat diketahui karakteristik responden yang akan dibahas dibawah ini meliputi: jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir.

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penulis mengklasifikasikan jenis kelamin responden kedalam dua kelompok yaitu laki-laki dan perempuan.

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
1.	Laki-laki	123	44,4%
2.	Perempuan	154	55,6%
Total		277	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa dari 277 responden, 44,4% atau 123 responden berjenis kelamin laki-laki dan 55,6% atau 154 responden berjenis kelamin perempuan. Sehingga jumlah sampel terbanyak adalah perempuan.

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Penulis mengklasifikasikan usia kedalam empat kelompok yaitu responden dengan usia di 17-25 tahun, usia antara 26-35 tahun, usia antara 36 - 45 Tahun, dan usia responden di atas 45 tahun.

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase
1.	17-25 Tahun	111	40,1%
2.	26 - 35 Tahun	69	24,9%
3.	36 - 45 Tahun	66	23,8%
4.	> 45 Tahun	31	11,2%
Total		277	100%

Sumber: Data Olahan Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 17-25 tahun sebanyak 111 orang atau 40,1%, usia antara 26 – 35 tahun sebanyak 69 orang atau 24,9%, usia antara 36 - 45 tahun sebanyak 66 orang atau 23,8%, dan usia lebih dari 45 tahun sebanyak 31 orang atau 11,2%. Dengan demikian responden terbanyak berusia 17-25 tahun

4.2.2 Uji Kualitas Data

4.2.2.1 Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji kesahihan setiap item pernyataan dalam mengukur variabelnya. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh item. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Butir pernyataan/pertanyaan dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut merupakan konstruksi (*construct*) yang valid. Dalam uji validitas, peneliti terlebih dahulu melakukan pretest pada 277 responden.

Tabel 4.3 Case Processing Summary

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	277	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	277	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: Output SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 4.3, menjelaskan bahwa sampel yang terlibat dalam uji validitas instrumen adalah 277 responden ($N = 277$) dan tidak ada data yang dikeluarkan (*exclude*).

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan *Influencer* Nex Carlos

Validitas	Item Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
Penggunaan <i>Influencer</i> Nex Carlos (X)	X.1	0,706	0,117	Valid
	X.2	0,727	0,117	Valid
	X.3	0,737	0,117	Valid
	X.4	0,779	0,117	Valid
	X.5	0,727	0,117	Valid
	X.6	0,778	0,117	Valid
	X.7	0,834	0,117	Valid
	X.8	0,799	0,117	Valid
	X.9	0,804	0,117	Valid
	X.10	0,782	0,117	Valid

Sumber: Output SPSS versi 25

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Pelanggan *Go-Food*

Validitas	Item Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
Minat Beli Pelanggan <i>Go-Food</i> (Y)	Y.1	0,311	0,117	Valid
	Y.2	0,858	0,117	Valid
	Y.3	0,819	0,117	Valid
	Y.4	0,790	0,117	Valid
	Y.5	0,783	0,117	Valid
	Y.6	0,836	0,117	Valid

Sumber: Output SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji validitas keempat variabel, butir pernyataan memiliki hasil nilai r hitung $>$ r tabel. Dalam penelitian ini pengujian validitas hanya dilakukan terhadap 100 responden. Pengambilan keputusan uji dua arah berdasarkan pada nilai rhitung (*Corrected Item-Total Correlation*) $>$ rtabel sebesar 0, 117, untuk $df = 277 - 2 = 275$; $\alpha = 0,05$ maka item/ pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan **valid**.

4.2.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen reliabel atau tidak sebagai alat ukur. Reliabilitas merujuk pada sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya. Dalam uji reliabilitas, peneliti menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dan suatu instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$

0.6. Sama halnya dengan uji validitas, pada uji reliabilitas ini juga dilakukan pretest pada 277 responden.

Tabel 4.6 Case Processing Summary

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	277	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	277	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: *Output SPSS versi 25*

Berdasarkan tabel 4.6, menjelaskan bahwa sampel yang terlibat dalam uji reliabilitas instrumen adalah 100 responden (N = 100) dan tidak ada data yang dikeluarkan (*exclude*).

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penggunaan *Influencer* Nex Carlos

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.923	10

Sumber: *Output SPSS versi 25*

Berdasarkan tabel 4.7, menunjukkan bahwa variabel penggunaan *influencer* Nex Carlos (X) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,923 dengan jumlah 10 item pertanyaan.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Pelanggan *Go-Food*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	6

Sumber: *Output SPSS versi 25*

Berdasarkan tabel 4.8, menunjukkan bahwa variabel minat beli pelanggan *Go-Food* (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,817 dengan jumlah 6 item pertanyaan.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini untuk menguji

normalitas residual menggunakan uji *Kolmogorov- Smirnov* (KS). Pengujian normalitas dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan. Jika nilai Sig $\geq 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal. Sebaliknya, jika nilai Sig $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar tidak normal.

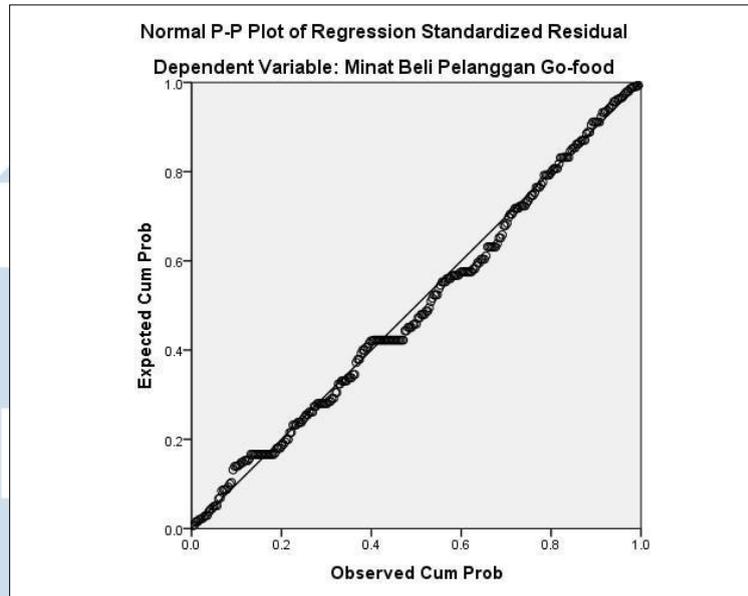
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		27
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	2.58364489
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.044
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.082
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: *Output SPSS versi 25*

Berdasarkan tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa hasil uji *Kolmogorov- Smirnov* Z untuk nilai residual regresi menunjukkan nilai p atau *Asymp. Sig. (2- tailed)* sebesar 0,082 lebih besar daripada 0,05. Karena nilai $p > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual regresi memenuhi asumsi normalitas atau terdistribusi normal. Uji normalitas juga dapat digambarkan dalam garis P-Plot di bawah ini.





Gambar 4.1 Uji Normalitas Garis P-Plot

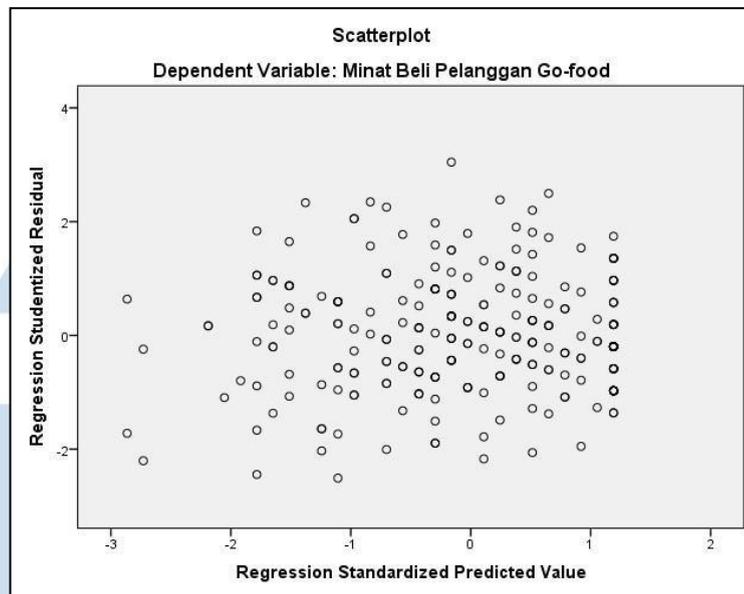
Sumber: Output SPSS versi 25

Pada gambar 4.1 dapat dilihat bahwa penyebaran titik-titik tersebut berada di area garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian maka model regresi memenuhi asumsi klasik.

4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dengan pengujian menggunakan grafik *statterplot*, apabila terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik *Statterplot*
Sumber: Output SPSS versi 25

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa persebaran titiknya terdistribusi secara acak diatas dan di bawah angka 0 tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.2.4 Uji Hipotesis

4.2.4.1 Uji Analisis Regresi Sederhana

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan komputerisasi (SPSS 25.0), diperoleh nilai persamaan regresi sederhana yaitu seperti tabel di bawah ini:

Tabel 4.10 Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.003	.673		13.333	.000
	Penggunaan Influencer Nex Carlos	.238	.021	.563	11.283	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Pelanggan Go-Food

Sumber: Output SPSS versi 25

Pada tabel 4.10 terlihat Constant (a) adalah 9,003, sedangkan nilai penggunaan *influencer* Nex Carlos (b) adalah 0,238, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX = 9,003 + 0,238X$$

Konstanta sebesar 9,003 menyatakan bahwa jika tidak ada penggunaan *influencer* Nex Carlos maka nilai Loyalitas sebesar 9,003. Koefisien regresi X sebesar 0,238 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai penggunaan *influencer* Nex Carlos, maka akan nilai minat beli pelanggan *Go-Food* 0,238.

4.2.4.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh indikator-indikator penggunaan *influencer* Nex Carlos (X) terhadap variabel minat beli pelanggan *Go-Food* (Y). Pedoman yang digunakan apabila probabilitas signifikansi > 0.05, maka tidak ada pengaruh signifikan atau H_0 diterima dan H_2 ditolak dan apabila probabilitas signifikansi < 0.05, maka ada pengaruh signifikan atau H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dan juga dilakukan dengan menggunakan perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh signifikan atau H_0 diterima dan H_a ditolak, dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh signifikan atau H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil uji simultan dapat disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.003	.673		13.33	.000
	Penggunaan Influencer Nex Carlos	.238	.021	.561	11.28	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Pelanggan *Go-Food*

Sumber: Output SPSS versi 25

Penggunaan *influencer* Nex Carlos pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) 0,000 dengan nilai α (derajat signifikansi) 0.05, artinya 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan

influencer Nex Carlos dengan minat beli pelanggan *Go-Food*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan *influencer* Nex Carlos berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan *Go-Food* maka Hipotesis diterima. Dengan demikian hal ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan *influencer* Nex Carlos terhadap minat beli pelanggan *Go-Food* dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

4.2.4.3 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi ganda (*R Square* atau R²) digunakan untuk mengukur sumbangan dari variabel bebas (penggunaan *influencer* Nex Carlos) yang diteliti terhadap variabel terikat (minat beli pelanggan *Go-Food*). Besarnya koefisien determinasi ganda (R²) berada diantara 0 dan 1 atau $0 < R^2 < 1$. Semakin besar R² yang diperoleh dari hasil perhitungan (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar. Sebaliknya jika R² semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas (penggunaan *influencer*) terhadap variabel terikat (minat beli) semakin kecil.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.563	.316	.314	2.588
a. Predictors: (Constant), Penggunaan Influencer Nex Carlos				
b. Dependent Variable: Minat Beli Pelanggan <i>Go-Food</i>				

Sumber: *Output SPSS versi 25*

Berdasarkan tabel 4.12, diketahui nilai R Square adalah 0,316. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kontribusi atau pengaruh penggunaan *influencer* Nex Carlos terhadap minat beli pelanggan *Go-Food* adalah sebesar 31,6%. Kemudian sisanya sebesar 68,4% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

4.3 Pembahasan

Pengaruh Penggunaan *Influencer* Nex Carlos Terhadap Minat Beli Pelanggan *Go-Food*

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa koefisien regresi penggunaan *influencer* Nex Carlos dapat diartikan berpengaruh terhadap minat beli pelanggan *Go-Food* Indonesia, hal ini diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 11.283 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,968. Nilai signifikansinya (Sig.) adalah $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis diterima yang artinya variabel penggunaan *influencer* Nex Carlos berpengaruh terhadap minat beli pelanggan *Go-Food* Indonesia (H1 diterima).

Artinya semakin tinggi variabel penggunaan *influencer* Nex Carlos maka semakin baik minat beli pelanggan *Go-Food* Indonesia. Apabila media sosial *Instagram* digunakan dengan baik maka minat beli pelanggan *Go-Food* Indonesia juga baik hal ini dipengaruhi oleh penggunaan *influencer* Nex Carlos yang memposting dan mengupload gambar beserta foto-foto makanan yang di jual oleh *Go-Food* Indonesia dengan baik dan menarik serta bersifat adil pada semua konsumen, dan menanggapi komentar Konsumen, hal ini terbukti dengan fakta yang ada di lapangan. Diketahui bahwa kontribusi nilai korelasi atau pengaruh penggunaan *influencer* Nex Carlos terhadap minat beli pelanggan *Go-Food* adalah sebesar 31,6%. Kemudian sisanya sebesar 68,4% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

