

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi mengenai penjelasan dari kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan serta keterbatasan dan saran yang diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data yang telah dilakukan pada bab empat maka dapat disimpulkan:

1. Tingkat pengetahuan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan produk kuliner makanan di Yogyakarta. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $5,4527 > 1,9845$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan media sosial dari para pemilik usaha kuliner makanan maka akan meningkatkan tingkat penjualan produk kuliner makanan di Yogyakarta.
2. Banyaknya teman di media sosial atau *followers* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan produk kuliner makanan di Yogyakarta. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $2,103 > 1,9845$ dan nilai signifikansi sebesar $0,038 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyaknya teman di media sosial atau *followers* dari para pemilik usaha kuliner makanan maka akan

meningkatkan tingkat penjualan produk kuliner makanan di Yogyakarta.

3. Keaktifan memberi informasi terbaru berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan produk kuliner makanan di Yogyakarta. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $2,671 > 1,9845$ dan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin aktifnya para pemilik usaha kuliner makanan dalam memberikan informasi terbaru kepada pelanggan akan meningkatkan tingkat penjualan produk kuliner makanan di Yogyakarta.
4. Kelengkapan informasi tentang produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan produk kuliner makanan di Yogyakarta. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $2,047 > 1,9845$ dan nilai signifikansi sebesar $0,043 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkapnya informasi tentang produk yang disampaikan oleh para penjual maka akan meningkatkan tingkat penjualan produk kuliner makanan di Yogyakarta.
5. Konten post di media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan produk kuliner makanan di Yogyakarta. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar $2,021 > 1,9845$ dan nilai signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin menariknya konten-konten post yang diberikan oleh para penjual di media sosial maka akan meningkatkan tingkat penjualan produk kuliner makanan di Yogyakarta.

5.2 Implikasi Manajerial

Sebaiknya para pelaku usaha kuliner makanan untuk melakukan promosi dengan gencar dan aktif melalui media-media online yang ada seperti media sosial hal ini dikarenakan telah terbukti memberikan pengaruh nyata dalam meningkatkan penjualan usaha kuliner yang mereka jalankan. Selain menggunakan media sosial, sangat penting pula dengan melakukan afiliasi dengan media online seperti Go-Food ataupun Shopee Food, karena di masa pandemic covid 19 menggunakan jasa online saat ini sangat banyak digunakan oleh konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online dengan menggunakan *google form*, sehingga berdampak pada peneliti tidak memberikan pengantar atau penjelasan secara detail terhadap responden dalam hal pengisian kuesioner yang dapat mengakibatkan jawaban yang diberikan oleh responden bisa saja tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Lamanya mendapatkan respon dari responden dalam memberikan jawaban kesediaannya menjadi responden dan dalam memberikan jawaban atas kuesioner yang peneliti berikan.

5.4 Saran

1. Bagi penelitian selanjutnya disarankan tidak hanya melakukan penyebaran kuesioner melalui online, tetapi juga secara offline sehingga meningkatkan keberagaman serta kevalidan pada data yang dikumpulkan.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel penelitian lain yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan selain tingkat pengetahuan media sosial, banyaknya teman di media sosial atau *followers*, keaktifan memberi informasi terbaru, kelengkapan informasi tentang produk, dan konten post di media sosial.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian tidak hanya pada satu kota saja, sehingga penelitian memiliki cakupan yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M. L. 2010, *Berinternet dengan Facebook dan Twitter untuk Pemula*. Yogyakarta: ANDI & Madcoms.
- Algifari. 2000, *Analisis Teori Regresi : Teori Kasus dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE.
- Alma B., 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta. Bandung
- Ardianto, Elvinaro, Lukiat Komala, Siti Karlinah. 2010, *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar) Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Carter, J., 2014. *Social Media Strategies in Small Business*. Manchester: Manchester Metropolitan University.
- Chreswell, John W. 2013. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Edisi Ketiga.
- Edomwan, S., Prakasan, S.K., Kouame, D., Watson, J., Seymour, T., 2011. The History of Social Media and Its Impact on Business. *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 16 (3), pp. 1-13
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghobakhloo, M., Sabouri, M.S., Hong, T.S., Zulkifli, N., 2011. Information Technology Adoption in Small and Medium-sized Enterprises; An appraisal of two literature. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1 (7), pp. 53-80,
- Gunelius, Susan, *30 Minute Social Media Marketing*. (United States: Mcgraw hills Companies, 2011), h.15.
- Hermawan Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro M, 2010, *Masalah, Kebijakan, dan Politik, Ekonomi Pembangunan*. Jakarta : Erlangga.
- Kolter dan Keller, 2012, *Marketing Management Edisi 14*. Jakarta : Erlangga.

- Kuzma, J., Bell, V., Logue, C., 2014. A Study Of The Use Of Social Media Marketing In The Football Industry. *Journal of Emerging Computing and Information Sciences*, 5 (10), pp. 728-738.
- Liliweri A., 2011. *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Lazuardi, M., & Triady, M. S. 2015. *Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. Jakarta: PT. Republik Solusi.
- Miller, R., Lammas, N., 2009. Social Media and its Implication for Viral Marketing. *Asia Pacific Public Relation Journal*, Vol 11, pp. 1-9.
- Neti, S., 2011. Social Media and Its Role in Marketing. *International Journal of Enterprise Computing and Bussiness System*, 1 (2), pp. 1-16.
- Puntoadi D., 2011, *Menciptakan Penjualan via Media Sosial*. (Jakarta: Elex Media, 2011),
- Rangkuti, Freddy, 2009, *Stategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Saravanakumar, M., Lakshmi, T.S., 2012. Social Media Marketing. *Life Science Journal*, 9 (4), pp. 4444-4451.
- Sekaran, Uma dan Bougie, R. 2016. *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta. Salemba Empat
- Sigit S., 2001. *Pengantar Metodologi Pendekatan Praktek*. Rineka: Cipta Jakarta.
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamarto, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Swastha, B. 2017. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFÉ.
- Zulkarnain, 2012, *Ilmu Menjual*, Yogyakarta : Graha Ilmu.



LAMPIRAN I
KUESIONER

Kepada Bapak/Ibu/Saudara

Yth : Ditempat

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vrisca Silaban
Mahasiswa : Atma Jaya Yogyakarta
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
No. Mhs : 150322391

Pada kesempatan ini kami sebagai penulis mohon bantuan anda untuk meluangkan sedikit waktu untuk menjawab daftar pertanyaan (angket) yang terlampir. Adapun pengisian angket ini saya gunakan untuk kepentingan tugas akhir dengan mengambil judul “Pengaruh Penggunaan Media Digital Terhadap Tingkat Penjualan Produk Kuliner Makanan (Studi pada Pemilik Usaha Kuliner Makanan di Yogyakarta)”.

Oleh karena itu saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi dengan sejujurnya dan dijamin kerahasiannya. Atas kesediaan Anda, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Vrisca Silaban

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL TERHADAP TINGKAT
PENJUALAN PRODUK KULINER MAKANAN**

(Studi pada Pemilik Usaha Kuliner Makanan di Yogyakarta)

I. KARAKTERISTIK RESPONDEN

Petunjuk : Pilih salah satu pernyataan yang paling sesuai dengan memberikan tanda (X) pada huruf a,b,c dan yang tersedia.

1. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Pendidikan terakhir:
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Diploma
 - e. S1
 - f. S2
3. Usia Anda saat ini :.....tahun
4. Omzet Penjualan Per Bulan :
 - a. Dibawah Rp. 5.000.000
 - b. > Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
 - c. > Rp. 10.000.000- Rp. 15.000.000
 - d. > Rp. 15.000.000
5. Apakah berafiliasi dengan Go-Food atau sejenisnya dalam melakukan penjualan secara *Online* ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
6. Berapa sering Anda melakukan *posting* produk dalam sehariya?
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. 4 kali
 - e. > 4 kali

II. KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk :

Beri tanda (√) pernyataan dibawah ini pada kolom yang dianggap paling mewakili diantara alternatif jawaban yang ada dibawah ini, yaitu :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

A. TINGKAT PENGETAHUAN MEDIA SOSIAL

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Sebagai penjual harus menguasai berbagai jenis media sosial yang digunakan oleh masyarakat banyak					
2	Sebagai penjual harus memahami kelemahan dan kelebihan media sosial guna menawarkan produk-produknya					
3	Sebagai penjual harus memahami cara pemasaran secara online					
4	Sebagai penjual harus mengetahui cara pemakaian media sosial					

B. BANYAKNYA TEMAN DI MEDIA SOSIAL ATAU *FOLLOWERS*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Sebagai penjual harus sering menanggapi permintaan pertemanan atau <i>follow back</i>					
2	Melakukan pengaturan dalam media sosial sehingga mudah dilihat secara umum					
3	Guna memperbanyak relasi, penjual juga sering melakukan permintaan pertemanan					

C. KEAKTIFAN MEMBERI INFORMASI TERBARU

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Sebagai penjual harus aktif mengunggah foto-foto produk yang dijual					
2	Pentingnya sebagai penjual untuk selalu memberikan komentar kepada konsumen					
3	Sesegera mungkin untuk memberikan jawaban atau menanggapi pertanyaan dari para calon pembeli					

D. KELENGKAPAN INFORMASI TENTANG PRODUK

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Sebagai penjual harus sering update status tentang kualitas produk yang dijual					
2	Dalam menjual produk secara online, sebaiknya dipastikan cara pembayarannya agar tidak terjadi kesalahan atau kerugian					
3	Selain update status produk, sebaiknya juga sering melakukan update status tentang diskripsi produk yang dijual					

E. KONTEN POST DI MEDIA SOSIAL

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Menginformasikan secara detail jenis produk yang diunggah ke halaman <i>sosial media</i>					
2	Menginformasikan secara detail harga produk yang diunggah ke halaman <i>sosial media</i> agar tidak terjadi kesalahpahaman dengan konsumen					
3	Menginformasikan <i>review</i> konsumen termasuk testimoni dan <i>repost</i> foto konsumen pada halaman <i>sosial media</i>					
4	Melakukan promo-promo yang sedang ditawarkan seperti diskon sejumlah pembelian di halaman <i>sosial media</i>					
5	Menggunakan kata-kata mutiara, video lucu, kata-kata motivasi di halaman <i>sosial media</i> guna menarik minat konsumen					

6	Menginformasikan akan adanya bazar dan pameran di halaman media sosial guna menarik calon pembeli					
---	---	--	--	--	--	--

F. TINGKAT PENJUALAN

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Volume penjualan yang diinginkan tercapai					
2	Keuntungan atau laba penjualan makin meningkat					
3	Usaha yang makin tumbuh dan berkembang					





LAMPIRAN II
HASIL INSTRUMEN PENELITIAN

Rekapitulasi Data Penelitian Validitas dan Reliabilitas

No	Tingkat pengetahuan media sosial (X1)					Banyaknya teman di media sosial atau followers (X2)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	X2.1	X2.2	X2.3	Total
1	5	4	5	4	18	5	4	5	14
2	4	4	4	4	16	5	4	4	13
3	4	4	5	4	17	4	4	4	12
4	5	4	4	4	17	4	3	3	10
5	4	3	3	3	13	4	3	4	11
6	4	4	4	3	15	5	4	4	13
7	4	4	4	5	17	5	5	5	15
8	4	4	4	4	16	4	4	4	12
9	5	4	4	4	17	5	5	5	15
10	3	3	3	3	12	3	3	3	9
11	5	5	5	4	19	4	4	4	12
12	4	4	3	2	13	3	3	3	9
13	5	3	5	4	17	5	4	4	13
14	4	4	4	4	16	5	4	4	13
15	4	4	4	3	15	5	4	4	13
16	4	3	3	4	14	4	5	4	13
17	4	4	3	3	14	5	5	5	15
18	4	4	5	4	17	5	4	4	13
19	5	5	5	5	20	5	4	4	13
20	5	5	4	4	18	5	4	4	13
21	4	4	4	4	16	4	4	4	12
22	5	4	4	4	17	5	5	5	15
23	4	4	3	3	14	4	4	4	12
24	5	4	4	4	17	5	4	4	13
25	5	5	4	5	19	5	5	4	14
26	3	3	3	3	12	3	3	2	8
27	4	4	5	4	17	5	4	4	13
28	4	4	4	4	16	4	4	4	12
29	4	4	4	4	16	4	4	4	12
30	3	3	2	2	10	2	2	2	6
31	4	4	3	3	14	3	3	3	9
32	4	4	4	3	15	4	4	4	12
33	4	4	3	4	15	4	4	4	12
34	4	4	3	3	14	3	3	3	9
35	4	5	4	4	17	4	5	4	13
36	4	3	4	3	14	4	4	4	12
37	4	3	3	3	13	4	4	4	12
38	3	3	3	3	12	3	2	2	7
39	4	3	3	3	13	4	3	3	10
40	4	4	4	4	16	4	4	4	12

No	Keaktifan memberi informasi terbaru (X3)				Kelengkapan informasi tentang produk (X4)			
	X3.1	X3.2	X3.3	Total	X4.1	X4.2	X4.3	Total
1	5	4	4	13	4	5	4	13
2	5	5	4	14	4	3	3	10
3	5	5	5	15	5	4	4	13
4	4	4	4	12	4	4	4	12
5	4	3	4	11	4	4	4	12
6	4	3	3	10	4	4	4	12
7	4	4	5	13	5	5	4	14
8	4	4	5	13	5	4	4	13
9	5	5	4	14	5	5	4	14
10	3	4	4	11	4	3	3	10
11	5	4	4	13	5	4	4	13
12	2	3	4	9	4	4	3	11
13	5	5	4	14	5	4	5	14
14	4	4	4	12	5	4	4	13
15	4	4	3	11	4	4	4	12
16	4	3	3	10	4	4	3	11
17	4	3	3	10	4	4	4	12
18	5	5	4	14	5	4	4	13
19	5	5	5	15	5	5	4	14
20	5	4	5	14	5	4	4	13
21	4	4	4	12	4	4	4	12
22	5	5	4	14	5	4	5	14
23	4	4	4	12	4	4	4	12
24	4	4	4	12	5	4	5	14
25	4	4	4	12	5	5	5	15
26	5	4	4	13	4	4	3	11
27	5	5	5	15	5	5	4	14
28	5	4	4	13	4	4	4	12
29	5	4	4	13	4	4	4	12
30	4	5	5	14	4	3	3	10
31	4	4	5	13	4	4	4	12
32	5	5	5	15	5	4	4	13
33	5	4	4	13	4	4	4	12
34	4	3	4	11	4	3	3	10
35	4	5	4	13	5	5	4	14
36	3	4	5	12	5	4	4	13
37	4	5	4	13	5	4	4	13
38	2	2	2	6	3	3	3	9
39	5	4	5	14	4	4	4	12
40	5	5	5	15	5	5	4	14

No	Konten post di media sosial (X5)							Tingkat Penjualan (Y)			
	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	Total	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total
1	5	4	5	4	4	4	26	5	4	5	14
2	4	3	4	3	4	3	21	4	3	4	11
3	4	5	5	4	4	4	26	5	4	4	13
4	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12
5	4	3	4	4	4	4	23	3	4	4	11
6	5	5	4	4	3	3	24	4	4	3	11
7	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	12
8	4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	12
9	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	15
10	5	3	2	2	3	2	17	4	3	4	11
11	5	5	4	4	4	4	26	5	5	4	14
12	3	4	3	3	3	3	19	3	4	2	9
13	3	4	5	5	5	4	26	5	5	5	15
14	5	5	4	4	4	4	26	5	4	5	14
15	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	12
16	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	12
17	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	12
18	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	12
19	5	5	4	4	4	3	25	5	4	5	14
20	5	4	5	4	4	4	26	4	4	5	13
21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12
22	5	5	5	4	5	4	28	5	5	4	14
23	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	12
24	5	4	4	4	4	4	25	4	5	4	13
25	5	5	5	5	4	4	28	5	5	5	15
26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12
27	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	15
28	4	4	4	4	4	3	23	5	4	4	13
29	4	5	5	5	5	4	28	4	5	4	13
30	4	5	5	5	4	5	28	3	4	3	10
31	4	4	4	4	4	4	24	5	3	5	13
32	4	5	4	4	4	4	25	4	5	4	13
33	4	3	4	4	4	3	22	4	5	4	13
34	3	4	4	4	4	4	23	3	4	3	10
35	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12
36	2	2	2	2	2	2	12	3	4	3	10
37	4	3	4	4	4	4	23	3	4	3	10
38	2	1	1	1	1	1	7	3	2	3	8
39	5	5	5	5	4	5	29	3	4	3	10
40	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	12

Hasil uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
X1.1	Pearson Correlation	1	,565**	,595**	,581**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	40	40	40	40
X1.2	Pearson Correlation	,565**	1	,502**	,547**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000
	N	40	40	40	40
X1.3	Pearson Correlation	,595**	,502**	1	,672**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,000
	N	40	40	40	40
X1.4	Pearson Correlation	,581**	,547**	,672**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40
Tingkat pengetahuan media sosial (X1)	Pearson Correlation	,812**	,774**	,857**	,858**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40

		Correlations	Tingkat pengetahuan media sosial (X1)
X1.1	Pearson Correlation		,812
	Sig. (2-tailed)		,000
	N		40
X1.2	Pearson Correlation		,774**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N		40
X1.3	Pearson Correlation		,857**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N		40
X1.4	Pearson Correlation		,858**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N		40
Tingkat pengetahuan media sosial (X1)	Pearson Correlation		1**
	Sig. (2-tailed)		
	N		40

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,842	4

Correlations

		X2.1	X2.2
X2.1	Pearson Correlation	1	,699**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	40	40
X2.2	Pearson Correlation	,699**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	40	40
X2.3	Pearson Correlation	,799**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	40	40
Banyaknya teman di media sosial atau followers (X2)	Pearson Correlation	,902**	,918**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	40	40

		X2.3	Banyaknya teman di media sosial atau followers (X2)
X2.1	Pearson Correlation	,799	,902**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	40	40
X2.2	Pearson Correlation	,848**	,918
	Sig. (2-tailed)	,000	,000
	N	40	40
X2.3	Pearson Correlation	1**	,953**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	40	40
Banyaknya teman di media sosial atau followers (X2)	Pearson Correlation	,953**	1**
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	40	40

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,914	3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3
X3.1	Pearson Correlation	1	,617**	,384*
	Sig. (2-tailed)		,000	,014
	N	40	40	40
X3.2	Pearson Correlation	,617**	1	,574**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	40	40	40
X3.3	Pearson Correlation	,384*	,574**	1
	Sig. (2-tailed)	,014	,000	
	N	40	40	40
Keaktifan memberi informasi terbaru (X3)	Pearson Correlation	,823**	,886**	,770**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	40	40	40

		Keaktifan memberi informasi terbaru (X3)
X3.1	Pearson Correlation	,823
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	40
X3.2	Pearson Correlation	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	40
X3.3	Pearson Correlation	,770*
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	40
Keaktifan memberi informasi terbaru (X3)	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	40

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,768	3

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3
X4.1	Pearson Correlation	1	,539**	,579**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	40	40	40
X4.2	Pearson Correlation	,539**	1	,518**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001
	N	40	40	40
X4.3	Pearson Correlation	,579**	,518**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	
	N	40	40	40
Kelengkapan informasi tentang produk (X4)	Pearson Correlation	,844**	,827**	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	40	40	40

		Kelengkapan informasi tentang produk (X4)
X4.1	Pearson Correlation	,844
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	40
X4.2	Pearson Correlation	,827**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	40
X4.3	Pearson Correlation	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	40
Kelengkapan informasi tentang produk (X4)	Pearson Correlation	1**
	Sig. (2-tailed)	
	N	40

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	3

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4
X5.1	Pearson Correlation	1	,618**	,535**	,474**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002
	N	40	40	40	40
X5.2	Pearson Correlation	,618**	1	,659**	,686**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	40	40	40	40
X5.3	Pearson Correlation	,535**	,659**	1	,895**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	40	40	40	40
X5.4	Pearson Correlation	,474**	,686**	,895**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	
	N	40	40	40	40
X5.5	Pearson Correlation	,517**	,589**	,904**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40
X5.6	Pearson Correlation	,485**	,653**	,852**	,889**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40
Konten post di media sosial (X5)	Pearson Correlation	,697**	,816**	,940**	,922**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	40	40	40	40

		X5.5	X5.6	Konten post di media sosial (X5)
X5.1	Pearson Correlation	,517	,485**	,697**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,000
	N	40	40	40
X5.2	Pearson Correlation	,589**	,653	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	40	40	40
X5.3	Pearson Correlation	,904**	,852**	,940
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	40	40	40
X5.4	Pearson Correlation	,822**	,889**	,922**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000
	N	40	40	40
X5.5	Pearson Correlation	1**	,775**	,893**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	40	40	40
X5.6	Pearson Correlation	,775**	1**	,899**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	40	40	40
Konten post di media sosial (X5)	Pearson Correlation	,893**	,899**	1**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	40	40	40

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,930	6

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Tingkat Penjualan (Y)
Y1.1	Pearson Correlation	1	,363*	,808**	,903**
	Sig. (2-tailed)		,021	,000	,000
	N	40	40	40	40
Y1.2	Pearson Correlation	,363*	1	,276	,654**
	Sig. (2-tailed)	,021		,084	,000
	N	40	40	40	40
Y1.3	Pearson Correlation	,808**	,276	1	,870**
	Sig. (2-tailed)	,000	,084		,000
	N	40	40	40	40
Tingkat Penjualan (Y)	Pearson Correlation	,903**	,654**	,870**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	40	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,743	3



LAMPIRAN III
HASIL DEMOGRAFI

Karakteristik Responden

Frequencies

Statistics

		JenisKelamin	Pendidikan	Usia	Omzetpenjualan perbulan	AfiliasidenganG oFood
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

Statistics

		Frekuensipostingperhari
N	Valid	100
	Missing	0

Frequency Table

JenisKelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	46	46,0	46,0	46,0
	Perempuan	54	54,0	54,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTP/ sederajat	12	12,0	12,0	12,0
	SLTA/ sederajat	58	58,0	58,0	70,0
	Diploma	16	16,0	16,0	86,0
	S1	14	14,0	14,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 tahun	2	2,0	2,0	2,0
	20 - 30 tahun	10	10,0	10,0	12,0
	31 - 40 tahun	31	31,0	31,0	43,0
	41 - 50 tahun	47	47,0	47,0	90,0
	> 50 tahun	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Omzet penjualan per bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Dibawah Rp. 5.000.000	10	10,0	10,0	10,0
> Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000	37	37,0	37,0	47,0
Valid > Rp. 10.000.000- Rp. 15.000.000	40	40,0	40,0	87,0
> Rp. 15.000.000	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Afiliasi dengan GoFood

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ya	72	72,0	72,0	72,0
Valid Tidak	28	28,0	28,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Frekuensi posting per hari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1 kali	9	9,0	9,0	9,0
2 kali	36	36,0	36,0	45,0
Valid 3 kali	42	42,0	42,0	87,0
4 kali	7	7,0	7,0	94,0
> 4 kali	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



LAMPIRAN IV
HASIL KUESIONER

Rekapitulasi Data Penelitian

No	Tingkat pengetahuan media sosial (X1)						Banyaknya teman di media sosial atau followers (X2)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	Rata2	X2.1	X2.2	X2.3	Total	Rata2
1	5	4	5	4	18	4,50	5	4	5	14	4,67
2	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	13	4,33
3	4	4	5	4	17	4,25	4	4	4	12	4,00
4	5	4	4	4	17	4,25	4	3	3	10	3,33
5	4	3	3	3	13	3,25	4	3	4	11	3,67
6	4	4	4	3	15	3,75	5	4	4	13	4,33
7	4	4	4	5	17	4,25	5	5	5	15	5,00
8	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
9	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	15	5,00
10	3	3	3	3	12	3,00	3	3	3	9	3,00
11	5	5	5	4	19	4,75	4	4	4	12	4,00
12	4	4	3	2	13	3,25	3	3	3	9	3,00
13	5	3	5	4	17	4,25	5	4	4	13	4,33
14	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	13	4,33
15	4	4	4	3	15	3,75	5	4	4	13	4,33
16	4	3	3	4	14	3,50	4	5	4	13	4,33
17	4	4	3	3	14	3,50	5	5	5	15	5,00
18	4	4	5	4	17	4,25	5	4	4	13	4,33
19	5	5	5	5	20	5,00	5	4	4	13	4,33
20	5	5	4	4	18	4,50	5	4	4	13	4,33
21	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
22	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	15	5,00
23	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	12	4,00
24	5	4	4	4	17	4,25	5	4	4	13	4,33
25	5	5	4	5	19	4,75	5	5	4	14	4,67
26	3	3	3	3	12	3,00	3	3	2	8	2,67
27	4	4	5	4	17	4,25	5	4	4	13	4,33
28	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
29	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
30	3	3	2	2	10	2,50	2	2	2	6	2,00
31	4	4	3	3	14	3,50	3	3	3	9	3,00
32	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	12	4,00
33	4	4	3	4	15	3,75	4	4	4	12	4,00
34	4	4	3	3	14	3,50	3	3	3	9	3,00
35	4	5	4	4	17	4,25	4	5	4	13	4,33
36	4	3	4	3	14	3,50	4	4	4	12	4,00
37	4	3	3	3	13	3,25	4	4	4	12	4,00
38	3	3	3	3	12	3,00	3	2	2	7	2,33
39	4	3	3	3	13	3,25	4	3	3	10	3,33
40	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
41	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
42	5	5	4	5	19	4,75	5	5	4	14	4,67
43	4	3	3	3	13	3,25	4	3	3	10	3,33
44	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	12	4,00

45	4	3	4	2	13	3,25	4	3	3	10	3,33
46	4	4	5	4	17	4,25	4	4	5	13	4,33
47	4	3	3	4	14	3,50	3	3	3	9	3,00
48	4	4	4	3	15	3,75	4	4	3	11	3,67
49	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
50	3	2	3	2	10	2,50	2	2	1	5	1,67
51	4	3	2	4	13	3,25	4	4	3	11	3,67
52	4	3	3	4	14	3,50	4	4	4	12	4,00
53	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	13	4,33
54	4	5	4	3	16	4,00	4	4	4	12	4,00
55	4	5	3	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
56	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
57	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
58	5	4	5	4	18	4,50	5	5	3	13	4,33
59	4	4	4	4	16	4,00	4	3	3	10	3,33
60	5	5	4	4	18	4,50	3	3	3	9	3,00
61	3	2	3	2	10	2,50	3	3	2	8	2,67
62	5	4	5	5	19	4,75	4	4	5	13	4,33
63	4	4	4	4	16	4,00	5	5	2	12	4,00
64	4	4	3	4	15	3,75	4	2	4	10	3,33
65	5	5	4	5	19	4,75	4	2	4	10	3,33
66	4	4	4	4	16	4,00	2	3	3	8	2,67
67	4	4	4	4	16	4,00	3	1	2	6	2,00
68	5	5	5	5	20	5,00	5	5	5	15	5,00
69	4	4	4	4	16	4,00	4	3	2	9	3,00
70	5	5	5	5	20	5,00	5	3	3	11	3,67
71	4	3	4	4	15	3,75	5	3	3	11	3,67
72	5	3	3	3	14	3,50	2	3	4	9	3,00
73	5	3	3	3	14	3,50	5	5	4	14	4,67
74	4	4	3	3	14	3,50	5	5	5	15	5,00
75	4	4	5	4	17	4,25	5	4	4	13	4,33
76	5	5	5	5	20	5,00	5	4	4	13	4,33
77	5	5	4	4	18	4,50	5	4	4	13	4,33
78	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
79	5	4	4	4	17	4,25	5	5	5	15	5,00
80	4	4	3	3	14	3,50	4	4	4	12	4,00
81	5	4	4	4	17	4,25	5	4	4	13	4,33
82	5	5	4	5	19	4,75	5	5	4	14	4,67
83	3	3	3	3	12	3,00	3	3	2	8	2,67
84	4	4	5	4	17	4,25	5	4	4	13	4,33
85	4	3	4	2	13	3,25	4	3	3	10	3,33
86	4	4	5	4	17	4,25	4	4	5	13	4,33
87	4	3	3	4	14	3,50	3	3	3	9	3,00
88	4	4	4	3	15	3,75	4	4	3	11	3,67
89	4	4	4	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
90	3	2	3	2	10	2,50	2	2	1	5	1,67
91	4	3	2	4	13	3,25	4	4	3	11	3,67
92	4	3	3	4	14	3,50	4	4	4	12	4,00

93	4	4	4	4	16	4,00	5	4	4	13	4,33
94	4	5	4	3	16	4,00	4	4	4	12	4,00
95	4	5	3	4	16	4,00	4	4	4	12	4,00
96	3	3	2	2	10	2,50	2	2	2	6	2,00
97	4	4	3	3	14	3,50	3	3	3	9	3,00
98	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	12	4,00
99	4	4	3	4	15	3,75	4	4	4	12	4,00
100	4	4	3	3	14	3,50	3	3	3	9	3,00



No	Keaktifan memberi informasi terbaru (X3)					Kelengkapan informasi tentang produk (X4)				
	X3.1	X3.2	X3.3	Total	Rata2	X4.1	X4.2	X4.3	Total	Rata2
1	5	4	4	13	4,33	4	5	4	13	4,33
2	5	5	4	14	4,67	4	3	3	10	3,33
3	5	5	5	15	5,00	5	4	4	13	4,33
4	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00
5	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00
6	4	3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00
7	4	4	5	13	4,33	5	5	4	14	4,67
8	4	4	5	13	4,33	5	4	4	13	4,33
9	5	5	4	14	4,67	5	5	4	14	4,67
10	3	4	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33
11	5	4	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33
12	2	3	4	9	3,00	4	4	3	11	3,67
13	5	5	4	14	4,67	5	4	5	14	4,67
14	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
15	4	4	3	11	3,67	4	4	4	12	4,00
16	4	3	3	10	3,33	4	4	3	11	3,67
17	4	3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00
18	5	5	4	14	4,67	5	4	4	13	4,33
19	5	5	5	15	5,00	5	5	4	14	4,67
20	5	4	5	14	4,67	5	4	4	13	4,33
21	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00
22	5	5	4	14	4,67	5	4	5	14	4,67
23	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00
24	4	4	4	12	4,00	5	4	5	14	4,67
25	4	4	4	12	4,00	5	5	5	15	5,00
26	5	4	4	13	4,33	4	4	3	11	3,67
27	5	5	5	15	5,00	5	5	4	14	4,67
28	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00
29	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00
30	4	5	5	14	4,67	4	3	3	10	3,33
31	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00
32	5	5	5	15	5,00	5	4	4	13	4,33
33	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00
34	4	3	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33
35	4	5	4	13	4,33	5	5	4	14	4,67
36	3	4	5	12	4,00	5	4	4	13	4,33
37	4	5	4	13	4,33	5	4	4	13	4,33
38	2	2	2	6	2,00	3	3	3	9	3,00
39	5	4	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00
40	5	5	5	15	5,00	5	5	4	14	4,67
41	5	5	4	14	4,67	5	5	4	14	4,67
42	4	5	4	13	4,33	5	5	5	15	5,00
43	4	4	3	11	3,67	4	3	3	10	3,33
44	4	4	5	13	4,33	5	4	4	13	4,33
45	4	4	5	13	4,33	4	3	3	10	3,33

46	5	4	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00
47	4	3	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67
48	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00
49	4	3	3	10	3,33	5	4	4	13	4,33
50	2	3	2	7	2,33	4	3	3	10	3,33
51	3	3	4	10	3,33	5	5	4	14	4,67
52	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
53	4	5	4	13	4,33	5	5	5	15	5,00
54	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
55	4	3	3	10	3,33	5	4	4	13	4,33
56	4	3	3	10	3,33	5	4	4	13	4,33
57	4	4	4	12	4,00	5	5	4	14	4,67
58	5	4	4	13	4,33	5	5	5	15	5,00
59	4	4	3	11	3,67	5	4	4	13	4,33
60	3	3	4	10	3,33	5	5	4	14	4,67
61	4	3	4	11	3,67	4	4	3	11	3,67
62	4	3	4	11	3,67	4	4	4	12	4,00
63	4	4	5	13	4,33	2	2	2	6	2,00
64	4	4	3	11	3,67	2	2	2	6	2,00
65	4	4	4	12	4,00	3	3	3	9	3,00
66	4	5	3	12	4,00	3	2	2	7	2,33
67	3	5	4	12	4,00	3	3	2	8	2,67
68	3	4	5	12	4,00	4	4	3	11	3,67
69	4	5	3	12	4,00	4	4	4	12	4,00
70	5	5	4	14	4,67	4	4	4	12	4,00
71	3	5	3	11	3,67	4	4	3	11	3,67
72	3	5	2	10	3,33	4	4	3	11	3,67
73	2	2	2	6	2,00	4	4	4	12	4,00
74	4	3	3	10	3,33	4	4	4	12	4,00
75	5	5	4	14	4,67	5	4	4	13	4,33
76	5	5	5	15	5,00	5	5	4	14	4,67
77	5	4	5	14	4,67	5	4	4	13	4,33
78	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00
79	5	5	4	14	4,67	5	4	5	14	4,67
80	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00
81	4	4	4	12	4,00	5	4	5	14	4,67
82	4	4	4	12	4,00	5	5	5	15	5,00
83	5	4	4	13	4,33	4	4	3	11	3,67
84	3	3	3	9	3,00	5	5	4	14	4,67
85	4	4	5	13	4,33	4	3	3	10	3,33
86	5	4	5	14	4,67	4	4	4	12	4,00
87	4	3	3	10	3,33	4	3	4	11	3,67
88	4	4	4	12	4,00	4	4	4	12	4,00
89	4	3	3	10	3,33	5	4	4	13	4,33
90	2	3	2	7	2,33	4	3	3	10	3,33
91	3	3	4	10	3,33	5	5	4	14	4,67
92	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33

93	4	5	4	13	4,33	5	5	5	15	5,00
94	4	4	4	12	4,00	5	4	4	13	4,33
95	4	3	3	10	3,33	5	4	4	13	4,33
96	4	5	5	14	4,67	4	3	3	10	3,33
97	4	4	5	13	4,33	4	4	4	12	4,00
98	5	5	5	15	5,00	5	4	4	13	4,33
99	5	4	4	13	4,33	4	4	4	12	4,00
100	4	3	4	11	3,67	4	3	3	10	3,33



No	Konten post di media sosial (X5)							Tingkat Penjualan (Y)					
	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	Total	Rata2	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total	Rata2
1	5	4	5	4	4	4	26	4,33	5	4	5	14	4,67
2	4	3	4	3	4	3	21	3,50	4	3	4	11	3,67
3	4	5	5	4	4	4	26	4,33	5	4	4	13	4,33
4	4	4	4	4	4	4	24	4,00	4	4	4	12	4,00
5	4	3	4	4	4	4	23	3,83	3	4	4	11	3,67
6	5	5	4	4	3	3	24	4,00	4	4	3	11	3,67
7	5	5	4	4	4	4	26	4,33	4	4	4	12	4,00
8	4	4	5	4	5	4	26	4,33	4	4	4	12	4,00
9	5	5	4	4	4	4	26	4,33	5	5	5	15	5,00
10	5	3	2	2	3	2	17	2,83	4	3	4	11	3,67
11	5	5	4	4	4	4	26	4,33	5	5	4	14	4,67
12	3	4	3	3	3	3	19	3,17	3	4	2	9	3,00
13	3	4	5	5	5	4	26	4,33	5	5	5	15	5,00
14	5	5	4	4	4	4	26	4,33	5	4	5	14	4,67
15	4	4	3	4	4	4	23	3,83	4	4	4	12	4,00
16	4	4	4	4	4	3	23	3,83	4	4	4	12	4,00
17	4	4	4	4	3	3	22	3,67	4	4	4	12	4,00
18	4	4	3	3	3	3	20	3,33	4	4	4	12	4,00
19	5	5	4	4	4	3	25	4,17	5	4	5	14	4,67
20	5	4	5	4	4	4	26	4,33	4	4	5	13	4,33
21	4	4	4	4	4	4	24	4,00	4	4	4	12	4,00
22	5	5	5	4	5	4	28	4,67	5	5	4	14	4,67
23	4	4	4	4	4	3	23	3,83	4	4	4	12	4,00
24	5	4	4	4	4	4	25	4,17	4	5	4	13	4,33
25	5	5	5	5	4	4	28	4,67	5	5	5	15	5,00
26	4	4	4	4	4	4	24	4,00	4	4	4	12	4,00
27	4	4	4	4	4	4	24	4,00	5	5	5	15	5,00
28	4	4	4	4	4	3	23	3,83	5	4	4	13	4,33
29	4	5	5	5	5	4	28	4,67	4	5	4	13	4,33
30	4	5	5	5	4	5	28	4,67	3	4	3	10	3,33
31	4	4	4	4	4	4	24	4,00	5	3	5	13	4,33
32	4	5	4	4	4	4	25	4,17	4	5	4	13	4,33
33	4	3	4	4	4	3	22	3,67	4	5	4	13	4,33
34	3	4	4	4	4	4	23	3,83	3	4	3	10	3,33
35	4	4	4	4	4	4	24	4,00	4	4	4	12	4,00
36	2	2	2	2	2	2	12	2,00	3	4	3	10	3,33
37	4	3	4	4	4	4	23	3,83	3	4	3	10	3,33
38	2	1	1	1	1	1	7	1,17	3	2	3	8	2,67
39	5	5	5	5	4	5	29	4,83	3	4	3	10	3,33
40	4	4	3	3	3	3	20	3,33	4	4	4	12	4,00
41	4	4	4	4	4	4	24	4,00	4	4	4	12	4,00
42	4	5	5	4	5	4	27	4,50	4	5	4	13	4,33
43	3	4	4	4	4	4	23	3,83	4	3	4	11	3,67
44	3	2	2	2	2	2	13	2,17	3	5	3	11	3,67
45	5	4	4	4	3	3	23	3,83	3	4	3	10	3,33

46	4	4	5	4	5	4	26	4,33	5	4	5	14	4,67
47	4	3	4	4	4	4	23	3,83	4	3	4	11	3,67
48	4	4	3	3	3	3	20	3,33	4	4	4	12	4,00
49	3	4	4	4	4	4	23	3,83	4	4	4	12	4,00
50	4	5	4	4	4	4	25	4,17	3	3	3	9	3,00
51	3	4	5	5	4	5	26	4,33	4	4	4	12	4,00
52	4	4	4	4	4	4	24	4,00	4	4	4	12	4,00
53	4	3	4	4	4	4	23	3,83	4	5	4	13	4,33
54	4	5	4	4	4	4	25	4,17	4	4	4	12	4,00
55	3	2	3	3	3	3	17	2,83	4	4	4	12	4,00
56	3	4	3	3	3	3	19	3,17	4	4	4	12	4,00
57	3	4	4	4	4	4	23	3,83	4	4	4	12	4,00
58	4	4	3	3	3	3	20	3,33	5	4	5	14	4,67
59	3	4	3	3	3	3	19	3,17	4	4	4	12	4,00
60	3	4	4	4	4	4	23	3,83	4	4	4	12	4,00
61	5	3	4	4	4	4	24	4,00	4	3	4	11	3,67
62	5	3	3	3	3	3	20	3,33	5	4	5	14	4,67
63	2	4	3	3	3	3	18	3,00	5	3	4	12	4,00
64	3	5	3	3	3	3	20	3,33	5	3	4	12	4,00
65	5	5	5	4	5	4	28	4,67	5	4	4	13	4,33
66	4	4	3	3	3	3	20	3,33	4	4	4	12	4,00
67	4	3	3	3	3	3	19	3,17	3	3	3	9	3,00
68	4	5	4	4	4	4	25	4,17	4	5	4	13	4,33
69	5	4	4	4	4	4	25	4,17	4	3	4	11	3,67
70	2	2	2	2	2	2	12	2,00	5	4	5	14	4,67
71	3	4	4	4	4	4	23	3,83	4	4	4	12	4,00
72	4	5	5	4	4	4	26	4,33	3	4	3	10	3,33
73	4	5	5	4	5	4	27	4,50	4	3	3	10	3,33
74	5	5	5	4	5	4	28	4,67	4	4	4	12	4,00
75	5	4	5	4	3	4	25	4,17	4	4	4	12	4,00
76	5	5	4	4	4	4	26	4,33	5	4	5	14	4,67
77	5	4	5	4	4	4	26	4,33	4	4	5	13	4,33
78	4	4	4	4	4	4	24	4,00	4	4	4	12	4,00
79	5	5	5	4	5	4	28	4,67	5	5	4	14	4,67
80	4	4	4	4	4	3	23	3,83	4	4	4	12	4,00
81	5	4	4	4	4	4	25	4,17	4	5	4	13	4,33
82	4	4	4	4	3	4	23	3,83	5	5	5	15	5,00
83	4	4	4	4	4	4	24	4,00	4	4	4	12	4,00
84	4	4	4	4	4	3	23	3,83	5	5	5	15	5,00
85	5	4	4	4	4	4	25	4,17	3	4	3	10	3,33
86	4	4	5	4	5	4	26	4,33	5	4	5	14	4,67
87	4	3	4	4	4	4	23	3,83	4	3	4	11	3,67
88	4	4	3	3	3	3	20	3,33	4	4	4	12	4,00
89	3	4	4	4	4	4	23	3,83	4	4	4	12	4,00
90	4	5	4	4	4	3	24	4,00	3	3	3	9	3,00
91	3	4	5	5	5	5	27	4,50	4	4	4	12	4,00
92	4	4	4	4	4	4	24	4,00	4	4	4	12	4,00

93	4	3	4	4	3	4	22	3,67	4	5	4	13	4,33
94	4	5	4	4	4	4	25	4,17	4	4	4	12	4,00
95	3	2	3	3	3	3	17	2,83	4	4	4	12	4,00
96	4	5	5	5	5	4	28	4,67	3	4	3	10	3,33
97	4	4	4	4	4	4	24	4,00	5	3	5	13	4,33
98	4	5	4	4	4	4	25	4,17	4	5	4	13	4,33
99	4	3	4	4	4	3	22	3,67	4	5	4	13	4,33
100	3	4	4	4	4	4	23	3,83	3	4	3	10	3,33





LAMPIRAN V
HASIL STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tingkat pengetahuan media sosial (X1)	100	2,50	5,00	3,86	,574
Banyaknya teman di media sosial atau followers (X2)	100	1,67	5,00	3,82	,755
Keaktifan memberi informasi terbaru (X3)	100	2,00	5,00	4,02	,636
Kelengkapan informasi tentang produk (X4)	100	2,00	5,00	4,06	,610
Konten post di media sosial (X4)	100	1,17	4,83	3,87	,616
Tingkat Penjualan (Y)	100	2,67	5,00	4,04	,502
Valid N (listwise)	100				



The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a light blue emblem. It features a central sunburst or starburst design with multiple rays emanating from a central point. This central design is enclosed within a semi-circular arc at the top, which contains the text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" in a light blue, sans-serif font. Below the arc, the design flows into a stylized, symmetrical shape that resembles a book or a pair of wings, with a pointed bottom element.

LAMPIRAN VI
HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Regresi Linier Berganda

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Konten post di media sosial (X4), Tingkat pengetahuan media sosial (X1), Keaktifan memberi informasi terbaru (X3), Kelengkapan informasi tentang produk (X4), Banyaknya teman di media sosial atau followers (X2) ^b		Enter

- a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan (Y)
 b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,816 ^a	,666	,648	,29808

- a. Predictors: (Constant), Konten post di media sosial (X4), Tingkat pengetahuan media sosial (X1), Keaktifan memberi informasi terbaru (X3), Kelengkapan informasi tentang produk (X4), Banyaknya teman di media sosial atau followers (X2)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16,632	5	3,326	37,439	,000 ^b
	Residual	8,352	94	,089		
	Total	24,984	99			

- a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan (Y)
 b. Predictors: (Constant), Konten post di media sosial (X4), Tingkat pengetahuan media sosial (X1), Keaktifan memberi informasi terbaru (X3), Kelengkapan informasi tentang produk (X4), Banyaknya teman di media sosial atau followers (X2)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,530	,295		1,797	,076
Tingkat pengetahuan media sosial (X1)	,396	,073	,452	5,452	,000
Banyaknya teman di media sosial atau followers (X2)	,126	,060	,189	2,103	,038
Keaktifan memberi informasi terbaru (X3)	,142	,053	,180	2,671	,009
Kelengkapan informasi tentang produk (X4)	,129	,063	,157	2,047	,043
Konten post di media sosial (X4)	,105	,052	,129	2,021	,046

a. Dependent Variable: Tingkat Penjualan (Y)

