

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengambil kesimpulan jika terdapat pengaruh kredibilitas akun Instagram @dietsantuy.id terhadap minat *followers* untuk melakukan diet. Menurut hasil data yang didapat menyatakan bahwa sebagian besar responden menganggap kredibilitas akun Instagram @dietsantuy.id berpengaruh positif terhadap minat *followers* untuk melakukan diet. Berdasarkan data di atas, aspek *trustworthiness* menjadi aspek yang unggul dibandingkan dua aspek lainnya dengan nilai *mean* 4,73, kemudian aspek *expertise* dengan nilai *mean* 4,65, lalu aspek *attractiveness* berada di bawah kedua aspek di atas dengan nilai *mean* 4,62. Setelah itu, peneliti menggabungkan semua aspek variabel X dan mendapatkan nilai *mean* untuk variabel X (Kredibilitas akun Instagram @dietsantuy.id) sebesar **4,67**.

Pada variabel Y, aspek kesenangan menjadi aspek yang unggul dengan nilai *mean* sebesar 4,66, kemudian aspek perhatian dengan nilai *mean* 4,43, lalu aspek kemauan berada di bawah kedua aspek tersebut dengan nilai *mean* 4,17. Setelah itu, peneliti menggabungkan semua aspek variabel Y dan mendapatkan nilai *mean* untuk variabel Y (Minat *followers* untuk melakukan diet) sebesar **4,42**. Pada aspek kemauan, beberapa responden memilih untuk netral atau tidak berpendapat mengenai pertanyaan membuat diet *plan* dan membuat jadwal untuk olahraga. Namun mayoritas responden setuju untuk mulai membuat jadwal rutin untuk berolahraga yang menunjukkan bahwa *followers* memiliki kemauan untuk diet dan berolahraga.

Teori stimulus-organisme-respon (SOR) relevan dengan penelitian yang dilakukan karena kredibilitas (stimulus) dari akun @dietsantuy.id kepada *followersnya* (organisme) berpengaruh terhadap munculnya minat (respon) untuk melakukan diet. Penelitian ini juga melihat bahwa kredibilitas dapat dijadikan sebagai indikator atau alat ukur untuk melihat keefektifan yang dilakukan oleh seseorang atau akun media sosial dapat memberikan pengaruh untuk melakukan diet kepada *followersnya*. Pada hasil uji korelasi dan uji regresi linier sederhana, nilai korelasi sebesar 0,486 dan masuk pada korelasi sedang. Hasil uji regresi linier sederhana mendapatkan nilai positif dengan nilai 0,001, maka kredibilitas akun Instagram @dietsantuy.id berpengaruh secara positif terhadap minat *followers* untuk melakukan diet dan ada pengaruh yang signifikan antara kredibilitas akun Instagram @dietsantuy.id dan minat *followers* untuk melakukan diet.

B. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang sudah dijabarkan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan catatan pada penelitian-penelitian berikutnya.

1. Saran Akademis

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih mempunyai banyak kekurangan, oleh karena itu peneliti berharap penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang belum disebutkan pada penelitian ini, sehingga dapat menghasilkan penelitian yang mempunyai informasi yang lebih luas dengan tujuan menambah referensi mengenai kredibilitas akun Instagram dan minat diet.

2. Saran Praktis

Penelitian ini berfokus pada akun Instagram @dietsantuy.id. Hasil data yang sudah diperoleh menunjukkan bahwa aspek *attractiveness* dari akun @dietsantuy.id memiliki nilai *mean* paling rendah dari variabel X lainnya dan aspek kemauan memiliki nilai *mean* paling rendah dari variabel Y lainnya, maka diharapkan penelitian ini dapat menjadi evaluasi bagi akun Instagram @dietsantuy.id untuk lebih meningkatkan aspek *attractiveness* di bagian visual dan konten yang disajikan agar lebih menarik perhatian para *followers* yang baru untuk mengikuti akun @dietsantuy.id, serta mempertahankan aspek *trustworthiness* dan *expertise* yang sudah baik di mata *followersnya* mengenai informasi diet, manajemen berat badan, dan *fitness*. Catatan berikutnya mengenai variabel Y adalah diharapkan akun @dietsantuy.id lebih meningkatkan stimulus yang diberikan kepada *followersnya* guna memunculkan minat yang lebih tinggi dari *followers* untuk memiliki kemauan untuk diet dan berolahraga.

Catatan yang terakhir adalah penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu hanya memfokuskan pada *platform* Instagram saja, sedangkan dietsantuy.id mempunyai *platform* seperti Website, YouTube, dan Tiktok. Sehingga agar sampel semakin beragam, penelitian yang berikutnya dapat mempertimbangkan untuk menambah jumlah responden dari masing-masing *platform* media sosial. Peneliti juga menyarankan agar metode dan teknik *sampling* dengan tingkat kesulitan yang lebih tinggi dapat dipertimbangkan untuk penelitian berikutnya sehingga penelitian berikutnya mempunyai waktu lebih panjang serta perencanaan dan hasil yang lebih matang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, H. (2021). *Engagement adalah Interaksi Pelanggan di Media Sosial, Begini Cara Meningkatkan*. Diakses melalui <https://hot.liputan6.com/read/4701197/engagement-adalah-interaksi-pelanggan-di-media-sosial-begini-cara-meningkatkannya>, pada tanggal 8 Maret 2022
- Abrar, A. N. (2003). *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Almatsier. (2003). *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Andre, Y. (2010). *Hubungan Pola Makan Dengan Kejadian Depresi Pada Penderita Dispepsia Fungsional*. *Jurnal Kesehatan Andalas*. Jakarta:Erlangga.
- Annur, C. M. (2021). *Masyarakat Indonesia Paling Banyak akses YouTube pada semester I-2021*. Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/05/masyarakat-indonesia-paling-banyak-akses-youtubepada-semester-i-2021> pada tanggal 18 Maret 2022.
- Arens, William F. (2009). *Essencial of Contemporary Advertising*. New York: MC. Graw Hill
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta. Hal 47.
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. (Jakarta: Media Kita) hlm 3-10
- Audinovic, V. (2013). *Ini alasan Wanita ingin kurus!*. Diakses melalui <https://www.merdeka.com/gaya/ini-alasan-wanita-ingin-kurus.html> pada tanggal 23 Juli 2022.
- Barasi, Mary E. (2007). *At a glance ilmu gizi. Terjemahan Hermin Halim*. Jakarta: Erlangga.

- Blystone, D. (2020). *The Story of Instagram: The Rise of the #1 Photo-sharing Application*. Diakses melalui <https://www.investopedia.com/articles/investing/102615/story-instagram-rise-1-photo-sharing-app.asp> pada tanggal 21 Juli 2022.
- Bungin, Burhan. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo.
- Brown & Fiorella. (2013). *Influence Marketing – How to create, manage, and measure brand influencers in social media marketing*. Que Publishing.
- Brown, J.E. (2012). *Nutrition through the life cycle (2nd Ed)*. USA: Wadsworth
- Boyd, Harper. (2000). *Manajemen Pemasaran suatu pendekatan strategis dengan orientasi global*. Jakarta: Erlangga.
- Cangara, Hafied. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Crow, L & Crow (2005). *Psikologi Pendidikan. Terjemahan Kasijan*. Surabaya: PT. Bina Ilmu
- Effendy. (2003). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Erdogan, B.Z. (1999). *Selecting celebrity endorsers: The practitioner's perspective*. Journal of Advertising Research
- Fachrudin. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional dan Regulasi*. Jakarta: Kencana. Hal 69.
- Ghozali, Imam. (2009). *"Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS"*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. (2011). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gsilab.id. (2021). *Mengapa Orang Obesitas Memiliki Risiko Gejala Covid-19 Lebih Berat?*. Diakses melalui <https://gsilab.id/blog/risiko-covid-pada-obesitas/>, pada tanggal 14 Maret 2022.

- Hariyanti, N. T, & Wirapraja, A. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*. Eksekutif, 15(1), 133-146.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu Yogyakarta.
- Hartantri, E. (1998). *Citra Raga Dan Kecenderungan Perilaku Diet Pada Remaja Putri.*. Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Hasan, I. (2001). *Pokok-pokok Materi Statistik I (Statistik Deskriptif)*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hasan, I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian & Aplikasinya*. Jakarta : Ghalia Indonesia. Hal 58.
- Hurlock, B. (2014). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Jemadu. (2022). *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022*. Diakses melalui <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per2022#:~:text=Suara.com%20%2D%20Riset%20dari%20DataReportal,6%20persen%20dari%20tahun%202021> pada tanggal 15 Maret 2022.
- Kadir, A. A. (2016). *Kebiasaan Makan Dan Gangguan Pola Makan Serta Pengaruhnya Terhadap Status Gizi Remaja*. Publikasi Pendidikan. Yogyakarta:Erlangga
- Kurniawan, A. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Laraswaty, N. (2015). *Social Media Mastery*. Surabaya: CV Garuda Mas Sejahtera.
- Lind, Marchal & Wathen. (2008). *Teknik-Teknik Statistika dalam Bisnis Dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global. Buku 2, Edisi 13*. Jakarta: Salemba Empat.
- Meme, Antonia. (2015). *Pengaruh Kredibilitas Media Sosial Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen (Analisis Jalur Pengaruh Kredibilitas Akun Instagram*

- TakoFeitoDeMao Terhadap Tingkat Loyalitas Konsumen*). Jurnal, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Misnadierly. (2007). *Obesitas Sebagai Faktor Resiko Berbagai penyakit*. Jakarta : Pustaka Obor Populer
- Minarto. (2012). *Pedoman Pencegahan dan Penanggulangan Kegemukan dan Obesitas pada Anak Sekolah*. Jakarta : Kemenkes RI.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remajarsdakarya. h. 134.
- Mulyana, Deddy. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Cetakan ke 18*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- NN. (2019). *Stunting hingga obesitas masih menghantui Indonesia di Tahun 2019*. Diakses melalui <https://fk.ui.ac.id/infosehat/stunting-hingga-obesitas-masih-menghantui-indonesia-di-tahun-2019/#:~:text=berdasarkan%20data%20Risksdas%202018%20menunjukkan,8%20persen%20pada%20Risksdas%202013>. Pada tanggal 24 Maret 2022
- Prima, E. (2019). *Profil Bisnis Instagram di Indonesia terbanyak di Asia Pasifik*. Diakses melalui <https://tekno tempo.co/read/1182057/profil-bisnis-instagram-di-indonesia-terbanyak-di-asia-pasifik/full&view=ok> pada tanggal 4 Mei 2022.
- Priyatno, Duwi. (2009). *SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*, Yogyakarta: Gaya Media.
- Purwati, Susi. (2001). *Perencanaan Menu Untuk Penderita Kegemukan*. Jakarta : Penebar Swadaya
- Ranti, S. (2021). *Begini Cara Mengajukan “Centang Biru” di Instagram dan Syaratnya*. Diakses melalui <https://tekno.kompas.com/read/2021/12/26/16070057/begini->

[cara-mengajukan-centang-biru-di-instagram-dan-syaratnya-?page=all](#), pada tanggal 10 Mei 2022.

- Rizaty, M. A. (2022). *Pengguna Instagram di Indonesia bertambah 3,9 Juta pada kuartal IV-2021*. Diakses melalui <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa#:~:text=Laporan%20Napoleon%20Cat%20menunjukkan%2C%20ada,yakni%20sebanyak%2033%2C90%20juta>, pada tanggal 11 April 2022.
- Royan, Frans. (2014). *Marketing Celebrities, Jilid I*. Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Rufaidah, Anna. (2015). *Pengaruh Intelegensi dan Minat Siswa Terhadap Putusan Pemilihan Jurusan*. Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan Vol. II No. 2
- Salam, Nur., Susanti, D.S., Anggraini, D. (2012). *Estimasi Model Linear Parsial Dengan Pendekatan Kuadrat Terkecil Dan Simulasinya Menggunakan Program S-Plus*. Jurnal Matematika Murni dan Terapan Vol.6 No.2 Desember 2012 : 1-12
- Santosa. (2018). *Statistika Hospitalitas*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Septian, Anton [@dietsantuy.id]. (2020), 21 April. *Penjelasan mengenai akun Diet Santuy [Story Instagram]*. Diakses melalui <https://www.instagram.com/stories/highlights/17844357151976962/>, pada tanggal 8 Maret 2022.
- Severin, Werner J. (2012). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Prenada Media: Jakarta
- Shimp, T.A. (2013). “*Endorsers in Advertising: The Case of Negative Celebrity Information*”, *Journal of Advertising*, Vol. 27, No. 1, hal 67 – 82.
- Singarimbun, Masri. (2012). *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES

- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soenarjo. (2006). *Himpunan Istilah Komunikasi*. Yogyakarta: Liberty. h. 25.
- Soetjiningsih. (2004). *Tumbuh Kembang Remaja dan Permasalahannya*. Jakarta: PT. Rhineka Cipta
- Soetjiningsih. (2015). *Tumbuh Kembang Anak Edisi 2*. Jakarta : Buku Kedokteran EGC.
- Stephanie, Elysia. (2013). *Pengaruh Kredibilitas Endorser Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Atas Iklan Pada Produk Shampoo L'oreal Di Surabaya*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol. 2 No. 2.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta. Hal 116.
- Sugiyono. (2015). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyati. (2015). *Metodelogi Penelitian*. Bandung: Labkat Press.
- Susanto, A. (2013). *Teori Belajar dan Pembelajaran di Sekolah Dasar*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Talaverna, M. (2015). *10 Reasons Why Influencer Marketing is the Next Big Thing*. Diakses melalui <http://www.adweek.com/digital/10-reasons-why-influencemarketingis-the-nextbig-thing> pada tanggal 22 Maret 2022.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Utomo, G. T. (2012). *Latihan Senam Aerobik Untuk Menurunkan Berat Badan, Lemak, dan Kolesterol*. Journal of Sport Sciences and Fitness.

Valente, T. W (2007). *Identifying opinion leaders to promote behavior change. Health Education and Behavior*. Diakses melalui <https://doi.org/10.1177/1090198106297855> pada tanggal 1 April 2022.

Van der Walddt et al. (2009). *Celebrity Endorsement Versus Created Spokesperson in Advertising: A Survey Among Students*. Pretoria: Department of Marketing and Communication Management, University of Pretoria.

Widjarjono, A. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian

A. Kuesioner

Terima kasih telah bersedia mengisi kuesioner ini.

Perkenalkan nama saya Yefta Chris Pratama, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saya ingin meminta bantuan bapak/ ibu/ kakak/ abang/ mas/ mbak untuk mengisi kuesioner pada penelitian saya ini. Mohon dijawab berdasarkan pengalaman pribadi bapak/ ibu/ kakak/ abang/ mas/ mbak. Terima kasih karena sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini Tuhan memberkati.

Teknis Pengisian Kuesioner

Berilah jawaban atas pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan memilih 1 jawaban yang menurut anda paling tepat menggambarkan diri anda

Keterangan:

SS = Sangat Setuju (skor 5)

S = Setuju (skor 4)

RR = Ragu-Ragu (skor 3)

TS = Tidak Setuju (skor 2)

ST = Sangat Tidak Setuju (skor 1)

Kredibilitas Akun Instagram @dietsantuy.id

Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<i>Trustworthiness</i>					
Akun Instagram @dietsantuy.id dapat dipercaya dalam membahas tentang diet					
Akun Instagram @dietsantuy.id dapat diandalkan sebagai rujukan dalam membahas tentang diet					
Akun Instagram @dietsantuy.id jujur dalam membahas tentang diet					
<i>Expertise</i>					
Akun Instagram @dietsantuy.id mempunyai keahlian dalam membahas tentang diet					
Akun @dietsantuy.id mempunyai pengetahuan yang baik dalam membahas diet					
Akun @dietsantuy.id mempunyai kecakapan yang baik dalam membahas diet					
<i>Attractiveness</i>					
Foto dan video dalam akun @dietsantuy.id diunggah dan disusun dengan rapi					
Informasi tentang diet dalam video dan <i>caption</i> dijelaskan dan ditulis dengan menarik					
Konten visual yang disajikan di akun @dietsantuy.id menarik					

Minat *Followers* untuk diet

Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<i>Perhatian</i>					
Saya sering memperhatikan konten tentang diet					
Saya mengamati anjuran-anjuran mengenai diet					
Saya memperhatikan orang-orang yang berhasil melakukan diet					
<i>Kesenangan</i>					
Saya merasa senang saat mempelajari konsep diet yang benar atau mengatur pola makan					
Saya bersemangat untuk segera memulai diet					
Saya merasa senang membayangkan jika diet yang akan saya lakukan berhasil					
<i>Kemauan</i>					
Saya membuat diet plan untuk dilakukan					
Saya mulai membuat jadwal untuk rutin berolahraga					

B. Kuesioner dalam *google form*

DIET SANTUY

- CARA MENURUNKAN BB
- CARA MENAMBAH BB
- CARA WORKOUT PEMULA



BERSAMA ANTON SEPTIAN

PENGARUH KREDIBILITAS AKUN INSTAGRAM [@DIETSANTUY.ID](https://www.instagram.com/dietsantuy.id) TERHADAP MINAT FOLLOWERS UNTUK MELAKUKAN DIET

Terima kasih telah bersedia mengisi kuesioner ini.
Perkenalkan nama saya Yefta Chris Pratama, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saya ingin meminta bantuan bapak/ ibu/ kakak/ abang/ mas/ mbak untuk mengisi kuesioner pada penelitian saya ini. Mohon dijawab berdasarkan pengalaman pribadi bapak/ ibu/ kakak/ abang/ mas/ mbak. Terima kasih karena sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini Tuhan memberkati.

Teknis Pengisian Kuesioner

Teknis Pengisian Kuesioner

Berilah jawaban atas pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan memilih 1 jawaban yang menurut anda paling tepat menggambarkan diri anda

Keterangan:
SS = Sangat Setuju (skor 5)
S = Setuju (skor 4)
RR = Ragu-Ragu (skor 3)
TS = Tidak Setuju (skor 2)
ST = Sangat Tidak Setuju (skor 1)

 yefachrispratama19@gmail.com (tidak dibagikan) [Ganti akun](#) 

Jenis Kelamin

Laki - laki

Perempuan

Usia

Jawaban Anda

Kredibilitas Akun Instagram @dietsantuy.id

Andre (2010) mendefinisikan diet adalah program pengaturan pola makan dan minum yang menyesuaikan asupan makanan yang masuk ke tubuh sesuai dengan gizi dan mengontrol serta membatasi makanan dengan tujuan menjaga kesehatan, mencegah penyakit tertentu, dan menurunkan berat badan agar tidak menjadi obesitas.

Trustworthiness

Akun Instagram @dietsantuy.id dapat dipercaya dalam membahas tentang diet *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Akun Instagram @dietsantuy.id dapat diandalkan sebagai rujukan dalam membahas tentang diet *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Akun Instagram @dietsantuy.id jujur dalam membahas tentang diet *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Expertise

Akun Instagram @[dietsantuy.id](#) mempunyai keahlian dalam membahas tentang diet *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Akun @[dietsantuy.id](#) mempunyai pengetahuan yang baik dalam membahas diet *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Akun @[dietsantuy.id](#) mempunyai kecakapan yang baik dalam membahas diet *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Attractiveness

Foto dan video dalam akun @[dietsantuy.id](#) diunggah dan disusun dengan rapi *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Informasi tentang diet dalam video dan caption dijelaskan dan ditulis dengan menarik *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Konten yang disajikan di akun @[dietsantuy.id](#) menarik *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Minat Followers untuk diet



Deskripsi (opsional)

Perhatian

Deskripsi (opsional)

Saya sering memperhatikan konten tentang diet *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya mengamati anjuran-anjuran mengenai diet *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya memperhatikan orang-orang yang berhasil melakukan diet *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kesenangan

Deskripsi (opsional)

Saya merasa senang saat mempelajari konsep diet yang benar atau mengatur pola makan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya bersemangat untuk segera memulai diet *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya merasa senang membayangkan jika diet yang akan saya lakukan berhasil *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Kemauan

Deskripsi (opsional)

Saya membuat diet plan untuk dilakukan *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya mulai membuat jadwal untuk rutin berolahraga *

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju



LAMPIRAN 2 Hasil Perhitungan SPSS (Uji Validitas)

Uji Validitas Kredibilitas Akun Instagram @dietsantuy.id

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

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



Inter-Item Correlation Matrix										
	soal1	soal2	soal3	soal4	soal5	soal6	soal7	soal8	soal9	Total
soal1	1.000	.404	.395	.086	.505	.446	.250	.284	.298	.618
soal2	.404	1.000	.300	.299	.515	.560	.183	.407	.514	.715
soal3	.395	.300	1.000	.326	.240	.335	.075	.169	.078	.485
soal4	.086	.299	.326	1.000	.203	.058	.115	.211	.023	.405
soal5	.505	.515	.240	.203	1.000	.592	.639	.376	.521	.797
soal6	.446	.560	.335	.058	.592	1.000	.413	.460	.474	.738
soal7	.250	.183	.075	.115	.639	.413	1.000	.544	.436	.649
soal8	.284	.407	.169	.211	.376	.460	.544	1.000	.576	.695
soal9	.298	.514	.078	.023	.521	.474	.436	.576	1.000	.691
Total	.618	.715	.485	.405	.797	.738	.649	.695	.691	1.000

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
soal1	74.26	52.074	.564	.	.739
soal2	74.24	50.839	.670	.	.730
soal3	74.26	53.298	.420	.	.747
soal4	74.48	53.602	.323	.	.752
soal5	74.42	50.167	.763	.	.725
soal6	74.30	51.031	.699	.	.731
soal7	74.38	50.485	.585	.	.731
soal8	74.20	51.633	.652	.	.735
soal9	74.24	50.023	.633	.	.727
Total	39.34	14.351	1.000	.	.819

Uji Validitas Minat *Followers* Untuk Melakukan Diet

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

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

Inter-Item Correlation Matrix									
	soal1	soal2	soal3	soal4	soal5	soal6	soal7	soal8	Total
soal1	1.000	.624	.720	.504	.462	.417	.370	.408	.782
soal2	.624	1.000	.637	.635	.441	.524	.330	.368	.763
soal3	.720	.637	1.000	.600	.526	.451	.457	.402	.836
soal4	.504	.635	.600	1.000	.576	.604	.365	.318	.753
soal5	.462	.441	.526	.576	1.000	.571	.509	.236	.719
soal6	.417	.524	.451	.604	.571	1.000	.302	.032	.603
soal7	.370	.330	.457	.365	.509	.302	1.000	.668	.713
soal8	.408	.368	.402	.318	.236	.032	.668	1.000	.643
Total	.782	.763	.836	.753	.719	.603	.713	.643	1.000

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
soal1	60.04	117.304	.743	.	.743
soal2	59.94	120.547	.727	.	.751
soal3	60.28	112.491	.798	.	.731
soal4	59.58	122.534	.721	.	.755
soal5	60.00	120.000	.674	.	.751
soal6	59.30	127.194	.567	.	.768
soal7	60.32	119.038	.664	.	.749
soal8	60.24	118.268	.573	.	.751
Total	31.98	33.898	1.000	.	.865

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081



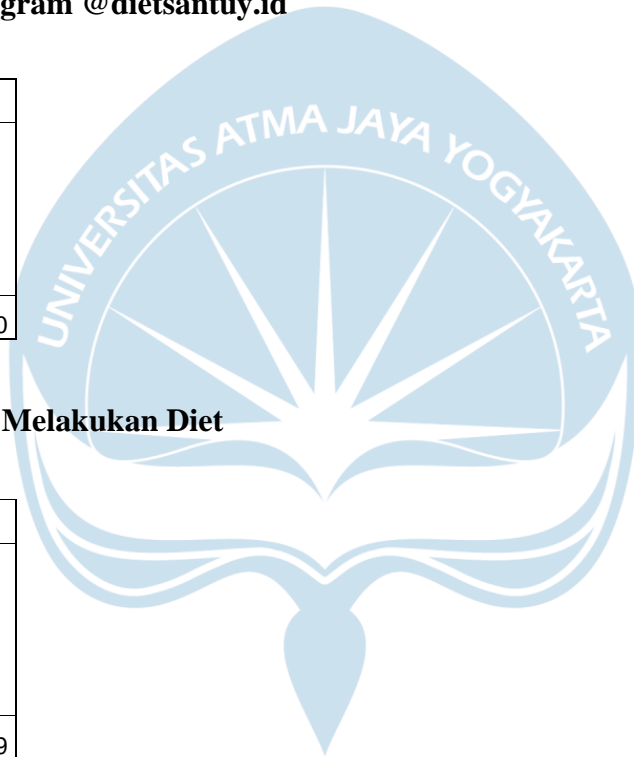
LAMPIRAN 3 Hasil Perhitungan SPSS (Uji Reliabilitas)

Uji Reliabilitas Kredibilitas Akun Instagram @dietsantuy.id

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.758	.871	10

Uji Reliabilitas Minat *Followers* Untuk Melakukan Diet

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.775	.908	9



LAMPIRAN 4 Hasil Perhitungan SPSS (Uji Distribusi Frekuensi)

Distribusi Frekuensi Total Responden

Statistics			
		JENIS_KELAMIN	UMUR
N	Valid	100	100
	Missing	0	0

Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden

JENIS_KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	18	18.0	18.0	18.0
	Perempuan	82	82.0	82.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Umur Responden

UMUR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<18	5	5.0	5.0	5.0
	19-25	42	42.0	42.0	47.0
	26-35	42	42.0	42.0	89.0
	>36	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek *Trustworthiness* (Kepercayaan) bahwa Akun @dietsantuy.id dapat dipercaya

S.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sanagt Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	2.0
	Netral	1	1.0	1.0	3.0
	Setuju	18	18.0	18.0	21.0
	Sangat Setuju	79	79.0	79.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek *Trustworthiness* (Kepercayaan) bahwa Akun @dietsantuy.id dapat dijadikan sebagai rujukan

S.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	6	6.0	6.0	6.0
	Setuju	20	20.0	20.0	26.0
	Sangat Setuju	74	74.0	74.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek *Trustworthiness* (Kepercayaan) bahwa Akun @dietsantuy.id jujur

S.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	3	3.0	3.0	4.0
	Setuju	12	12.0	12.0	16.0
	Sangat Setuju	84	84.0	84.0	100.0

	Total	100	100.0	100.0	
--	-------	-----	-------	-------	--

Distribusi Frekuensi Aspek *Expertise* (Keahlian) bahwa Akun @dietsantuy.id mempunyai keahlian dalam membahas diet

S.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	6	6.0	6.0	6.0
	Setuju	31	31.0	31.0	37.0
	Sangat Setuju	63	63.0	63.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek *Expertise* (Keahlian) bahwa Akun @dietsantuy.id mempunyai pengetahuan yang baik dalam membahas diet

S.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	23	23.0	23.0	26.0
	Sangat Setuju	74	74.0	74.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek *Expertise* (Keahlian) bahwa Akun @dietsantuy.id mempunyai kecakapan yang baik dalam membahas diet

S.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	2	2.0	2.0	3.0
	Setuju	24	24.0	24.0	27.0

	Sangat Setuju	73	73.0	73.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek *Attractiveness* (Ketertarikan) bahwa Foto atau video dalam akun @dietsantuy.id tersusun dengan rapi

S.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	4	4.0	4.0	5.0
	Setuju	29	29.0	29.0	34.0
	Sangat Setuju	66	66.0	66.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek *Attractiveness* (Ketertarikan) bahwa Informasi tentang diet dalam video dan *caption* dijelaskan dengan menarik

S.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	4	4.0	4.0	5.0
	Setuju	28	28.0	28.0	33.0
	Sangat Setuju	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek *Attractiveness* (Ketertarikan) bahwa Konten yang disajikan akun @dietsantuy.id menarik

S.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0

	Netral	5	5.0	5.0	6.0
	Setuju	21	21.0	21.0	27.0
	Sangat Setuju	73	73.0	73.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Nilai *mean* Kredibilitas Akun Instagram @dietsantuy.id

		Statistics								
		S.1	S.2	S.3	S.4	S.5	S.6	S.7	S.8	S.9
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.73	4.68	4.79	4.57	4.71	4.69	4.60	4.61	4.66
Median		5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Mode		5	5	5	5	5	5	5	5	5

Distribusi Frekuensi Aspek Perhatian bahwa *Followers* sering memperhatikan konten tentang diet

S.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	3.0
	Netral	9	9.0	9.0	12.0
	Setuju	25	25.0	25.0	37.0
	Sangat Setuju	63	63.0	63.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek Perhatian bahwa *Followers* mengamati anjuran-anjuran mengenai diet

S.11					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	5	5.0	5.0	6.0
	Setuju	32	32.0	32.0	38.0
	Sangat Setuju	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek Perhatian bahwa *Followers* memperhatikan orang yang berhasil melakukan diet

S.12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	4.0
	Netral	12	12.0	12.0	16.0
	Setuju	34	34.0	34.0	50.0
	Sangat Setuju	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek Kesenangan bahwa *Followers* merasa senang saat mempelajari konsep diet yang benar atau mengatur pola makan

S.13					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	3	3.0	3.0	4.0
	Setuju	23	23.0	23.0	27.0
	Sangat Setuju	73	73.0	73.0	100.0

	Total	100	100.0	100.0	
--	-------	-----	-------	-------	--

Distribusi Frekuensi Aspek Kesenangan bahwa *Followers* merasa bersemangat untuk segera diet

S.14					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	2.0
	Netral	6	6.0	6.0	8.0
	Setuju	26	26.0	26.0	34.0
	Sangat Setuju	66	66.0	66.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek Kesenangan bahwa *Followers* merasa senang membayangkan jika diet yang akan *followers* lakukan berhasil

S.15					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	2.0
	Netral	1	1.0	1.0	3.0
	Setuju	15	15.0	15.0	18.0
	Sangat Setuju	82	82.0	82.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek Kemauan bahwa *Followers* membuat diet plan untuk dilakukan

S.16					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	7.0
	Netral	24	24.0	24.0	31.0
	Setuju	29	29.0	29.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Distribusi Frekuensi Aspek Kemauan bahwa *Followers* mulai membuat jadwal untuk rutin berolahraga

S.17					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	5.0
	Netral	14	14.0	14.0	19.0
	Setuju	21	21.0	21.0	40.0
	Sangat Setuju	60	60.0	60.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Nilai *mean*, median, mode pertanyaan variabel X

		Statistics								
		S.1	S.2	S.3	S.4	S.5	S.6	S.7	S.8	S.9
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.73	4.68	4.79	4.57	4.71	4.69	4.60	4.61	4.66
Median		5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
Mode		5	5	5	5	5	5	5	5	5

Nilai *mean*, median, mode pertanyaan variabel Y

		Statistics								
		S.10	S.11	S.12	S.13	S.14	S.15	S.16	S.17	
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	
Mean		4.47	4.54	4.29	4.67	4.55	4.76	4.00	4.34	
Median		5.00	5.00	4.50	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	
Mode		5	5	5	5	5	5	5	5	

LAMPIRAN 5 Hasil Perhitungan SPSS (Uji Korelasi)

Correlations			
		Kredibilitas	Minat
Kredibilitas	Pearson Correlation	1	.486**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	40	40

Minat	Pearson Correlation	.486**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	40	40

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

LAMPIRAN 6 Hasil Perhitungan SPSS (Uji Regresi Linear Sederhana)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.486 ^a	.236	.216	3.197

a. Predictors: (Constant), Kredibilitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.001	7.371		1.492	.144
	Kredibilitas	.591	.173	.486	3.427	.001

a. Dependent Variable: Minat

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.012	1	120.012	11.742	.001 ^b
	Residual	388.388	38	10.221		
	Total	508.400	39			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kredibilitas

LAMPIRAN 7 Data Crosstab

Jenis Kelamin * Usia Crosstabulation						
		Usia				Total
		<18	19-25	26-35	>36	
Jenis Kelamin	Perempuan	2	35	34	11	82
	Laki-laki	3	7	8	0	18
Total		5	42	42	11	100



