

## BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan guna memperoleh jawaban bagaimana pengaruh terpaan media konten promosi pertandingan pada akun Instagram @dbljogja terhadap minat membeli tiket oleh *followers* Instagram @dbljogja. Pada penelitian ini ditemukan bahwa hipotesis yang ditemukan valid sehingga artinya ada pengaruh positif secara signifikan yang terjadi di antara terpaan media pada konten promosi pertandingan MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto terhadap minat membeli tiket pertandingan oleh *followers* Instagram @dbljogja. Pengaruh yang terjadi dapat dilihat pada hasil pengujian regresi linear sederhana yang ada di dalam penelitian ini. Pada uji regresi linear sederhana menunjukkan hasil koefisien regresi sebesar 0,878, sehingga dapat diartikan bahwa pengaruh variabel terpaan konten promosi pertandingan terhadap variabel minat membeli tiket terdapat pengaruh yang sangat kuat. Pengaruh yang diberikan yaitu sebesar 66,4%. dapat disimpulkan bahwa sebesar 33,6% sisanya adalah faktor pengaruh dari variabel yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Mengacu pada hasil penelitian yang sudah ditemukan dapat disimpulkan bahwa media sosial Instagram @dbljogja sebagai akun sumber informasi dan promosi menimbulkan pengaruh yang dihasilkan dari terpaan konten-konten yang diproduksi terhadap minat membeli tiket oleh *followers* @dbljogja.

## **B. Saran**

### **1. Saran Akademis**

- a. Penelitian ini fokus terhadap 3 konten yang disajikan pada gelaran DBL Jogja 2023. Untuk penelitian, peneliti memberikan saran agar menganalisis objek penelitian secara keseluruhan acara agar hasil yang didapatkan lebih tergeneralisir yang pada akhirnya memberikan kemudahan untuk peneliti selanjutnya.
- b. Penelitian ini dilalui menggunakan 100 responden yang digunakan sebagai sampel. Untuk penelitian yang akan datang bisa menggunakan jumlah responden yang lebih banyak agar hasil data yang diperoleh lebih representatif secara kuantitas.

### **2. Saran Praktis**

Penelitian kali ini merupakan bentuk dari evaluasi yang dilakukan pada akun @dbljogja yang hasilnya dapat digunakan untuk memberikan saran kepada pihak DBL Indonesia maupun DBL Jogja untuk lebih memperbanyak konten promosi yang dibuat sehingga dapat mendapatkan atensi yang lebih tinggi lagi

## **C. Batasan Penelitian**

1. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang proses penelitiannya mundur selama satu bulan sehingga data yang didapatkan oleh peneliti bukan data yang fresh lagi.
2. Penelitian ini tidak menggunakan instrumen penelitian yang tepat sehingga datanya tidak bisa mewakili seluruh sampel populasi penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, Mehdi, Reza A. Ghassemi, dan L. N. V. (2014). Analysing The Effect of *Social Media* on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 143, 822– 826.
- Aptaguna dan Pitaloka. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek. *Jurnal Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Jaya*, Vol.3, 49-56.
- Ardianto, E. (2014). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- DBL Indonesia. (2023). *DBL Indonesia*. [DBL INDONESIA | Youth - Sports - Entertainment](#). Diakses pada 9 Januari 2023.
- Deborah, T., & Anggraeni, D. (2022). Pengaruh Terpaan Media terhadap Minat Berkunjung pada Sial Interfood Expo Jakarta 2022 (Studi Pada Akun Instagram @interfoodexpo). *Jurnal Publish*, 1(2), 92–108.
- Ferdinand, Augusty, 2002, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, D., Kertajaya, H., Andrizal, Darmaja, A., Nasution, R. F., & Ridwansyah, A. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Kemp, S. (2023, February 9). *Digital 2023: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights*. DataReportal. Retrieved 8 February, 2024, from <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>.
- Kotler, Phillip, Bowen, J. ., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism* (6th ed.). Pearson.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Littlejohn, S. W. (2009). *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Wahyuni, Sri., Finnah Fourqoniah., Annisa Wahyuni Arsyad. (2019). Pengaruh Konten Instagram @SMRFOODIES terhadap Minat Beli Followers. *E-Journal Ilmu Komunikasi* 7(1), 154-166.





## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Saya, Andreas Rodrigo Wicaksana mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya mengenai “Pengaruh Terpaan Konten Promosi Pertandingan DBL Jogja terhadap Minat Beli Tiket Pertandingan oleh *Followers* Instagram @dbljogja(Studi Kuantitatif Eksplanatif Terhadap *Followers* @dbljogja)”. Penelitian ini dilakukan sebagai syarat untuk menyelesaikan mata kuliah skripsi saya. Saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Semua informasi yang terkandung di dalam angket ini dijamin kerahasiannya dan hanya akan digunakan untuk tujuan penelitian. Saya akan sangat menghargai kesediaan waktu dan informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan kepada saya. Terimakasih atas perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara.

Pertanyaan Penyaring

1. Apakah Anda mengikuti akun Instagram @dbljogja? (Ya/Tidak)
2. Apakah Anda pernah melihat konten video dan poster MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto? (Ya/Tidak)

### Identitas Responden

1. Jenis Kelamin:
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Usia:
  - a. <20 tahun
  - b. 20-25 tahun

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Anda paling tepat menggambarkan diri Anda dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah satu kolom jawaban.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju (Skor 4)

S = Setuju (Skor 3)

TS = Tidak Setuju (Skor 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

**Pengaruh Terpaan Konten Promosi Pertandingan DBL Jogja terhadap Minat Beli Tiket Pertandingan oleh *Followers* Instagram @dbljogja**

**Terpaan media konten( Variabel X)**

<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b><i>Frekuensi</i></b>				
Saya melihat Instagram @dbljogja setiap hari ketika DBL Jogja 2023 digelar.				
Konten Instagram @dbljogja kerap muncul pada <i>home</i> Instagram saya ketika DBL Jogja 2023 digelar.				
Saya langsung melihat 3 konten promosi pertandingan MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto Yogyakarta ketika pertama kali diunggah.				
Saya melihat berulang kali 3 konten promosi pertandingan MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto Yogyakarta ketika pertama kali diunggah.				
<b><i>Durasi</i></b>				
Saya melihat satu per satu dari 3 konten promosi pertandingan MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto Yogyakarta.				
Saya melihat 3 konten unggahan promosi pertandingan MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto Yogyakarta secara berulang kali.				
<b><i>Atensi</i></b>				
Saya mengetahui konten poster promosi pertandingan MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto Yogyakarta warna hijau dan ungu.				
Saya mengetahui konten poster promosi pertandingan MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto Yogyakarta bertuliskan " <i>Clash of Honor</i> "				

Saya mengetahui konten poster promosi pertandingan MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto Yogyakarta memberikan informasi jadwal pertandingan melalui <i>caption</i> .				
Saya mengetahui konten poster promosi pertandingan MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto Yogyakarta memberikan informasi tempat pertandingan.				
Saya mengetahui konten poster promosi pertandingan MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto Yogyakarta terdapat 2 pemain bernomor 12 dan 11.				
Saya mengetahui konten Reels promosi pertandingan MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto Yogyakarta perebutan tiket 8 besar.				

**Minat Membeli tiket pertandingan oleh @dbljogja(Variabel Y)**

<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<b><i>Minat Transaksional</i></b>				
Saya ingin menyaksikan pertandingan antara MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto melalui 3 konten yang diunggah oleh akun Instagram @dbljogja				
Saya ingin menonton langsung pertandingan antara MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto karena 3 konten yang diunggah oleh akun Instagram @dbljogja				
<b><i>Minat Referensial</i></b>				
Saya mengajak teman atau kerabat untuk menyaksikan pertandingan DBL Jogja 2023 setelah melihat konten promosi pertandingan pada akun Instagram @dbljogja				
Saya memberikan rekomendasi untuk menonton pertandingan DBL Jogja 2023 setelah melihat konten promosi pertandingan pada akun Instagram @dbljogja				

<b><i>Minat Preferensial</i></b>				
Saya ingin membeli menonton MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto dibandingkan pertandingan DBL Jogja 2023 lainnya				
Saya ingin membeli menonton DBL Jogja setelah melihat konten promosi pada akun @dbljogja dibandingkan dengan hiburan lain				
<b><i>Minat Eksploratif</i></b>				
Saya mencari tahu jadwal dan informasi DBL Jogja 2023 di Instagram @dbljogja.				
Saya mencari tahu pertandingan apa yang sedang berlangsung pada akun Instagram @dbljogja				
Saya mencari tahu lebih detail jadwal pertandingan MAN 1 Yogyakarta melawan SMA Kolese De Britto pada akun Instagram @dbljogja				

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas SPSS

1. Terpaan Konten (Variabel X)

		Correlations												
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	TOTAL_X
X1	Pearson Correlation	1	.378*	.530**	.220	.035	.228	.163	.206	.157	.086	.161	.204	.369*
	Sig. (2-tailed)		.040	.003	.242	.856	.226	.390	.275	.407	.652	.397	.281	.045
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.378*	1	.579**	.366*	.454*	.471**	.542**	.459*	.360	.490**	.179	.516**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.040		.001	.047	.012	.009	.002	.011	.051	.006	.343	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.530**	.579**	1	.464**	.491**	.584**	.515**	.510**	.423*	.467**	.402*	.527**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001		.010	.006	.001	.004	.004	.020	.009	.028	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.220	.366*	.464**	1	.838**	.803**	.577**	.689**	.508**	.773**	.504**	.820**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.242	.047	.010		.000	.000	.001	.000	.004	.000	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.035	.454*	.491**	.838**	1	.690**	.669**	.811**	.551**	.812**	.563**	.744**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.856	.012	.006	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.228	.471**	.584**	.803**	.690**	1	.471**	.557**	.558**	.691**	.423*	.776**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.226	.009	.001	.000	.000		.009	.001	.001	.000	.020	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.163	.542**	.515**	.577**	.669**	.471**	1	.830**	.756**	.656**	.628**	.614**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.390	.002	.004	.001	.000	.009		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.206	.459*	.510**	.689**	.811**	.557**	.830**	1	.585**	.707**	.688**	.693**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.275	.011	.004	.000	.000	.001	.000		.001	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X9	Pearson Correlation	.157	.360	.423*	.508**	.551**	.558**	.756**	.585**	1	.652**	.637**	.550**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.407	.051	.020	.004	.002	.001	.000	.001		.000	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X10	Pearson Correlation	.086	.490**	.467**	.773**	.812**	.691**	.656**	.707**	.652**	1	.487**	.775**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.652	.006	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X11	Pearson Correlation	.161	.179	.402*	.504**	.563**	.423*	.628**	.688**	.637**	.487**	1	.444*	.681**
	Sig. (2-tailed)	.397	.343	.028	.004	.001	.020	.000	.000	.000	.006		.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.204	.516**	.527**	.820**	.744**	.776**	.614**	.693**	.550**	.775**	.444*	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.281	.004	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.014		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X	Pearson Correlation	.369*	.644**	.716**	.837**	.852**	.800**	.827**	.862**	.746**	.840**	.681**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.045	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## 2. Minat Beli (Variabel Y)

		Correlations												TOTAL_X
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	
X1	Pearson Correlation	1	.378*	.530**	.220	.035	.228	.163	.206	.157	.086	.161	.204	.369*
	Sig. (2-tailed)		.040	.003	.242	.856	.226	.390	.275	.407	.652	.397	.281	.045
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.378*	1	.579**	.366*	.454*	.471**	.542**	.459*	.360	.490**	.179	.516**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.040		.001	.047	.012	.009	.002	.011	.051	.006	.343	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.530**	.579**	1	.464**	.491**	.584**	.515**	.510**	.423*	.467**	.402*	.527**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001		.010	.006	.001	.004	.004	.020	.009	.028	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.220	.366*	.464**	1	.838**	.803**	.577**	.689**	.508**	.773**	.504**	.820**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.242	.047	.010		.000	.000	.001	.000	.004	.000	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	.035	.454*	.491**	.838**	1	.690**	.669**	.811**	.551**	.812**	.563**	.744**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.856	.012	.006	.000		.000	.000	.000	.002	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	.228	.471**	.584**	.803**	.690**	1	.471**	.557**	.558**	.691**	.423*	.776**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.226	.009	.001	.000	.000		.009	.001	.001	.000	.020	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X7	Pearson Correlation	.163	.542**	.515**	.577**	.669**	.471**	1	.830**	.756**	.656**	.628**	.614**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.390	.002	.004	.001	.000	.009		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X8	Pearson Correlation	.206	.459*	.510**	.689**	.811**	.557**	.830**	1	.585**	.707**	.688**	.693**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.275	.011	.004	.000	.000	.001	.000		.001	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X9	Pearson Correlation	.157	.360	.423*	.508**	.551**	.558**	.756**	.585**	1	.652**	.637**	.550**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.407	.051	.020	.004	.002	.001	.000	.001	.000		.000	.000	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X10	Pearson Correlation	.086	.490**	.467**	.773**	.812**	.691**	.656**	.707**	.652**	1	.487**	.775**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.652	.006	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X11	Pearson Correlation	.161	.179	.402*	.504**	.563**	.423*	.628**	.688**	.637**	.487**	1	.444*	.681**
	Sig. (2-tailed)	.397	.343	.028	.004	.001	.020	.000	.000	.000	.006	.014		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X12	Pearson Correlation	.204	.516**	.527**	.820**	.744**	.776**	.614**	.693**	.550**	.775**	.444*	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.281	.004	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.014		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X	Pearson Correlation	.369*	.644**	.716**	.837**	.852**	.800**	.827**	.862**	.746**	.840**	.681**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.045	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

*Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas SPSS*

**1. Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Konten (Variabel X)**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	13

**2. Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Variabel Y)**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	10

*Lampiran 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana*

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 <sup>a</sup>	.664	.661	2.883

a. Predictors: (Constant), TERPAAN KONTEN

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1610.704	1	1610.704	193.847	.000 <sup>b</sup>
	Residual	814.296	98	8.309		
	Total	2425.000	99			

a. Dependent Variable: MINAT BELI TIKET

b. Predictors: (Constant), TERPAAN KONTEN

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.635	1.526		5.659	.000
	TERPAAN KONTEN	.554	.040	.815	13.923	.000

a. Dependent Variable: MINAT BELI TIKET