

**PENGARUH *REVIEW FOOD BLOGGER* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN KULINER DI YOGYAKARTA
(Studi Kasus pada Akun Instagram @dyodoran)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

AGATA SEKARWANGI ANGGARAWATI

160906025

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH *REVIEW FOOD BLOGGER* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
KULINER DI YOGYAKARTA (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM
@DYODORAN)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

AGATA SEKARWANGI ANGGARAWATI

16 09 06025 / Kom

disetujui oleh :



Josep Joedhi Darmawan, M.A.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Review Food blogger* Terhadap Minat Beli Konsumen Kuliner Di Yogyakarta (Studi Kasus Pada Akun Instagram @Dyodoran)

Penyusun : Agata Sekarwangi Anggarawati

NPM : 160906025

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Jumat, 5 Mei 2023

Pukul : 10.00

Tempat : Ruang Pendadaran FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Olivia Lewi Pramesti, M.A.

Penguji Utama

Josep Joedhi Darmawan, M.A.

Penguji I

Meganusa Pravudi Ludvianto, S.I.P., M.Comm.

Penguji II


Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., M. A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agata Sekarwangi Anggarawati

NPM : 160906025

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Karya Tulis : PENGARUH *REVIEW FOOD BLOGGER* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KULINER DI YOGYAKARTA (STUDI KASUS PADA AKUN INSTAGRAM @DYODORAN)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, pekerjaan tangan orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non – material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan hasil karya tulis tugas akhir saya secara otentik dan orisinal.

Bila kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan kenyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim Fakultas yang ditunjuk untuk melakukan verifikasi atas hasil karya tulis akhir saya, dengan sanksi terberat yaitu pembatalan kelulusan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran saya pribadi dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak lain maupun demi integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 26 April 2023

Saya yang menyatakan



Agata Sekarwangi Anggarawati

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas kebaikanNya telah menyertai saya sejak awal penulisan skripsi hingga skripsi ini bisa saya selesaikan. Tugas akhir ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata I pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada berbagai pihak yang telah mendukung, membimbing, dan membantu saya:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat, kesehatan, serta kemampuan bagi saya untuk menyelesaikan skripsi.
2. Papa, Mama, Abel, Azka, dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, kekuatan, doa, dan kesabaran demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Josep Joedhi Darmawan, M.A selaku dosen pembimbing saya yang dengan sabar membimbing sejak awal proses penulisan skripsi hingga skripsi ini dapat saya selesaikan.
4. Oktavianus Sandi, kekasih saya yang tidak pernah berhenti untuk memberikan doa dan dukungan dengan tulus untuk saya berjuang menyelesaikan skripsi.
5. Sobat Babayo (Pika, Fira, Intan) yang selalu memberikan keceriaan untuk saya di tengah-tengah proses penyelesaian skripsi. Pika terima kasih banyak atas segala bantuannya dan selamat sudah berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi.
6. Terima kasih kepada Olivia sahabat saya dari semester 1 yang telah memberikan dukungan, doa dan selalu siap mendengarkan keluh kesah saya.
7. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-satu, terima kasih telah membantu saya dalam menyelesaikan studi saya.

Akhir kata, penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan skripsi ini serta dapat bermanfaat bagi penulis dan juga pembaca.

Penulis,

Agata Sekar



ABSTRAK

Era digital semakin berkembang, tidak terkecuali cara berpromosi yang mengalami pergeseran dari media cetak menjadi platform digital. Salah satu media social yang dimanfaatkan para pelaku usaha yakni *Instagram*. Media promosi menggunakan *Instagram* dapat mempermudah para pelaku usaha untuk memunculkan minat beli masyarakat. Hal tersebut juga dimanfaatkan oleh salah satu *Food blogger* di Yogyakarta, yakni @dyodoran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *review Food blogger @dyodoran* terhadap minat beli konsumen kuliner di Yogyakarta.

Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey yaitu mengambil sampel dari sejumlah populasi. Pengambilan sampel sebanyak 100 orang yakni adalah pengikut akun Instagram @dyodoran. Terdapat 26 pertanyaan yang diajukan oleh peneliti melalui kuesioner yang disebar. Penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Person Product Moment* untuk menguji hipotesis penelitian serta menggunakan regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh hubungan kedua variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa *review Food blogger* memiliki hubungan serta pengaruh terhadap minat beli konsumen kuliner di Yogyakarta. Presentase variabel *review Food blogger* dalam penelitian ini memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen kuliner di Yogyakarta sebesar 31,8%, sedangkan 68,2% pengaruh lainnya yang diberikan oleh variabel-variabel lain.

Kata Kunci : Review, Food blogger, Minat Beli

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Akademik	10
2. Manfaat Praktis	10
E. Kerangka Teori	10
1. Teori Komunikasi S.O.R (<i>Stimulus, Organism, Respon</i>)	10
2. Teori Pemasaran	12
3. Social Media Marketing	13
4. Instagram	14
5. Minat Beli	15
6. <i>Review</i> atau Ulasan	16
7. <i>Food blogger</i>	17
F. Definisi Konsep	18
1. <i>Review Food blogger</i> (Variabel Y)	18
2. Minat Beli Konsumen (Variabel X)	19
G. Definisi Operasional	20
H. Hipotesis	22
I. Metode Penelitian	22
1. Jenis Penelitian	22
2. Metode Penelitian	23
3. Lokasi Penelitian	23
4. Populasi dan Sampel	23
5. Teknik Pengumpulan Data	26
6. Metode Pengukuran Data	27
7. Metode Pengujian Instrumen	28
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	34
A. Gambaran <i>Food blogger @Dyodoran</i>	34
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian	40
1. Profil Responden	40
2. Uji Validitas	42
3. Uji Reliabilitas	45

4. Uji Normalitas	46
5. Uji Linearitas	48
6. Analisis Deskriptif	49
7. Tabulasi Silang Antar Variabel	63
8. Uji Regresi Linear Sederhana	67
9. Uji Koefisien Determinasi	68
10. Uji Hipotesis F	69
B. Pembahasan	70
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	77
1. Saran Akademis	77
2. Saran Praktis	78
C. Batasan Penelitian	78
DAFTAR PUSTAKA	79



DAFTAR TABEL

TABEL 1 Definisi Operasional.....	20
TABEL 2 Skala Penelitian	27
TABEL 3 Kategorisasi	28
TABEL 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
TABEL 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	41
TABEL 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
TABEL 7 Uji Validitas Variabel X.....	43
TABEL 8 Uji Validitas Variabel Y.....	44
TABEL 9 Uji Reliabilitas Variabel X.....	45
TABEL 10 Uji Reliabilitas Variabel Y	46
TABEL 11 Uji Normalitas.....	47
TABEL 12 Uji Linearitas.....	48
TABEL 13 Deskripsi Informasi Lokasi dalam Konten.....	49
TABEL 14 Deskripsi Informasi Promo dalam Konten.....	50
TABEL 15 Deskripsi Informasi Harga dalam Caption.....	50
TABEL 16 Deskripsi Informasi Jam Operasional Restoran	51
TABEL 17 Deskripsi Informasi Buruk yang Diterima Responden	52
TABEL 18 Deskripsi Ciri Khas yang Dimiliki @dyodoran	52
TABEL 19 Deskripsi Kemampuan @dyodoran dalam Membentuk Citra	53
TABEL 20 Deskripsi Konsistensi @dyodoran dalam Membuat Konten	54
TABEL 21 Deskripsi Kemampuan @dyodoran dalam Mempromosikan Restoran	54
TABEL 22 Deskripsi Kemampuan @dyodoran dalam Membuat Caption	55
TABEL 23 Deskripsi Kemampuan @dyodoran dalam Menampilkan Foto Makanan.....	56

TABEL 24 Deskripsi Kemampuan @dyodoran dalam Menampilkan <i>Video</i>	56
TABEL 25 Deskripsi Konten @dyodoran Dijadikan Sebagai Referensi	57
TABEL 26 Deskriptif Usaha dalam Mencari Informasi Lebih Dalam	58
TABEL 27 Deskriptif Menulis Komentar untuk Mendapatkan Informasi	58
TABEL 28 Deskriptif Ketersediaan dalam Memberikan Rekomendasi.....	59
TABEL 29 Deskriptif Ketertarikan dalam Membeli Makanan yang Diulas	60
TABEL 30 Deskriptif Ketertarikan Membeli Makanan Karena Harga yang Terjangkau.....	60
TABEL 31 Deskriptif Ketertarikan Karena Promo yang diinformasikan @dyodoran.....	61
TABEL 32 Deskriptif Menjadikan @dyodoran Sebagai Preferensi Utama	62
TABEL 33 Deskriptif Kesetiaan dalam Mengikuti @dyodoran.....	62
TABEL 34 Uji Regresi Linear Sederhana	67
TABEL 35 Uji Koefisien Determinasi.....	68
TABEL 36 Uji Hipotesis F	69

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Akun Instagram @dyodoran	7
GAMBAR 2 Kerangka Pemikiran	20
GAMBAR 3 Akun Instagram @Dyodoran.....	36
GAMBAR 4 Akun Youtube @Dyodoran.....	37
GAMBAR 5 Akun Tiktok @Dyodoran.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Kuesioner Penelitian	82
LAMPIRAN 2: Tabulasi Responden	85

