

**ANALISIS PENGARUH VIDEO KONTEN MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP MINAT KONSUMEN DALAM
PENYEWAAN BUS PADA NEW BINTANG TRANS DI
SUNGAILIAT**

PENELITIAN



**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMA LUHUR
PANGKALPINANG
2024**

**LAPORAN AKHIR PENELITIAN
ISB ATMA LUHUR PANGKALPINANG**



JUDUL PENELITIAN:

**“Analisis Pengaruh Video Konten Melalui Instagram Terhadap
Minat Konsumen Dalam Penyewaan Bus Pada New Bintang
Trans Di Sungailiat”**

Diusulkan Oleh:

Fitria

2077500003

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMA LUHUR
PANGKALPINANG
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

NIM : 2077500003

Nama : Fitria

Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH VIDEO KONTEN MELALUI
INSTAGRAM TERHADAP MINAT KONSUMEN DALAM
PENYEWAAN BUS PADA NEW BINTANG TRANS DI
SUNGAILIAT

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir atau Skripsi saya adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat. Apabila ternyata ditemukan didalam laporan Tugas Akhir atau Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap untuk mendapatkan sanksi akademik yang terkait dengan hal tersebut.

Pangkalpinang, 21 Juni 2024



(Fitria)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH VIDEO KONTEN MELALUI INSTAGRAM
TERHADAP MINAT KONSUMEN DALAM PENYEWAAN BUS PADA
NEW BINTANG TRANS DI SUNGAILIAT**
Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Fitria
2077500003

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 23 Juli 2024

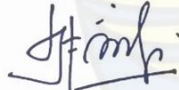
**Susunan Dewan Penguji
Anggota**


Yosefin, S.E., M.Si
NIDN.0213078101

Dosen Pembimbing


Sarwindah, S.Kom, MM
NIDN. 0212068601

Ketua


Seno Hadi Saputro, S.E., MM
NIDN.0215128201

Kapru di Bisnis Digital


Sarwindah, S.Kom., MM
NIDN.0212068601

Skripsi ini telah diterima dan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Digital
Tanggal 26 Juli 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


Hengkie, S.Kom., M.Kom

ABSTRACT

This research aims to find out how video content via Instagram New Bintang Trans influences consumer interest in bus rental. This research utilizes a quantitative methodology using a descriptive and associative causal approach as well as multiple linear regression analysis. Data collection techniques use observation, survey, interview methods. Questionnaires were distributed to 107 respondents who watched Instagram video content @new_bintang_trans.id, their responses were processed and analyzed using multiple regression analysis. The research results reveal that interactive interest in video content has a positive and significant effect on consumer interest in bus rental, while informativeness and quality of video content do not have a significant effect on consumer interest. Then these three variables simultaneously have a significant effect on consumer interest. This is based on testing $F_{count} 8.428 > F_{table}$ which is 2.69 with a sig value of $0.000 < 0.05$. It is known that the Adjusted R Square value is 0.174. This means that the dependent variable can be influenced by the independent variable by 17.4%. This shows that independent variables such as interactive interest, informativeness, and quality of video content via Instagram influence consumer interest in bus rental by 17.4%. Meanwhile, the remaining 82.6% was influenced by other factors not examined in this research model. For further research, it is recommended to take a different point of view by adding variables such as brand image analysis and marketing mix strategy for New Bintang Trans.

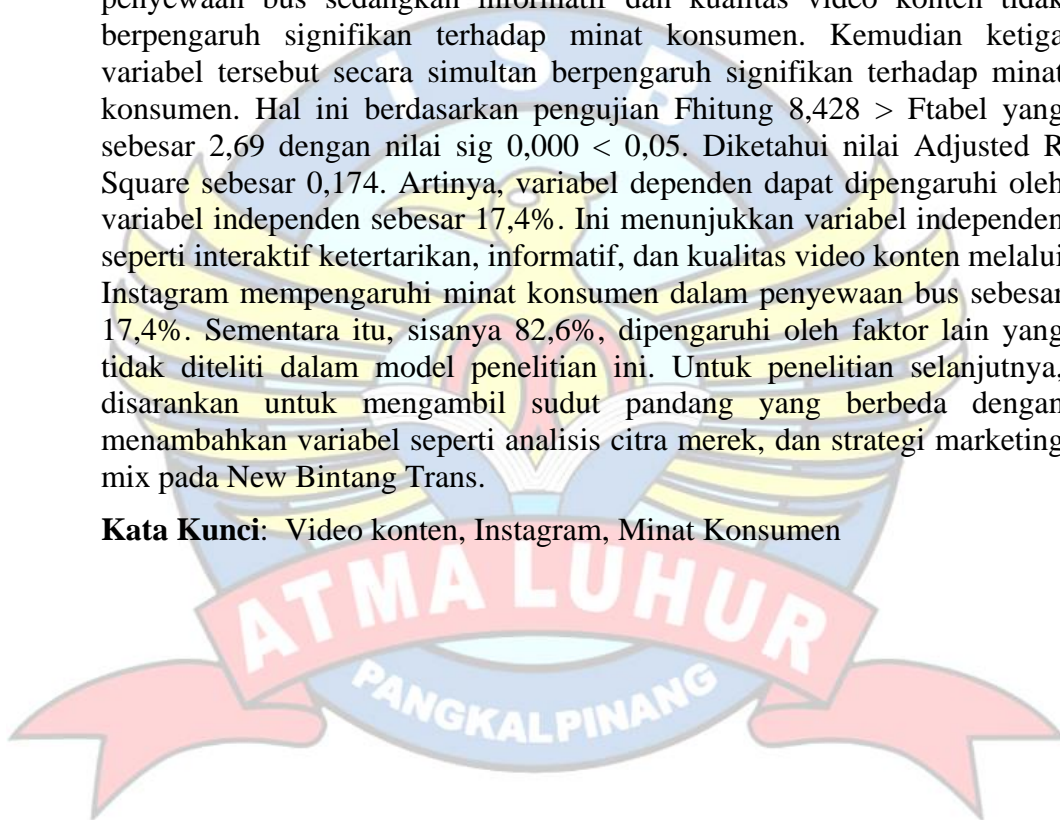
Keywords: *Content videos, Instagram, Consumer Interest*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh video konten melalui Instagram New Bintang Trans terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus. Penelitian ini memanfaatkan metodologi kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif dan asosiatif kausal serta analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, survei, wawancara. Kuesioner dibagikan kepada 107 responden yang menonton video konten instagram @new_bintang_trans.id, tanggapannya diolah dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian mengungkap interaktif ketertarikan video konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus sedangkan informatif dan kualitas video konten tidak berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen. Kemudian ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen. Hal ini berdasarkan pengujian Fhitung $8,428 > Ftabel$ yang sebesar 2,69 dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,174. Artinya, variabel dependen dapat dipengaruhi oleh variabel independen sebesar 17,4%. Ini menunjukkan variabel independen seperti interaktif ketertarikan, informatif, dan kualitas video konten melalui Instagram mempengaruhi minat konsumen dalam penyewaan bus sebesar 17,4%. Sementara itu, sisanya 82,6%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengambil sudut pandang yang berbeda dengan menambahkan variabel seperti analisis citra merek, dan strategi marketing mix pada New Bintang Trans.

Kata Kunci: Video konten, Instagram, Minat Konsumen



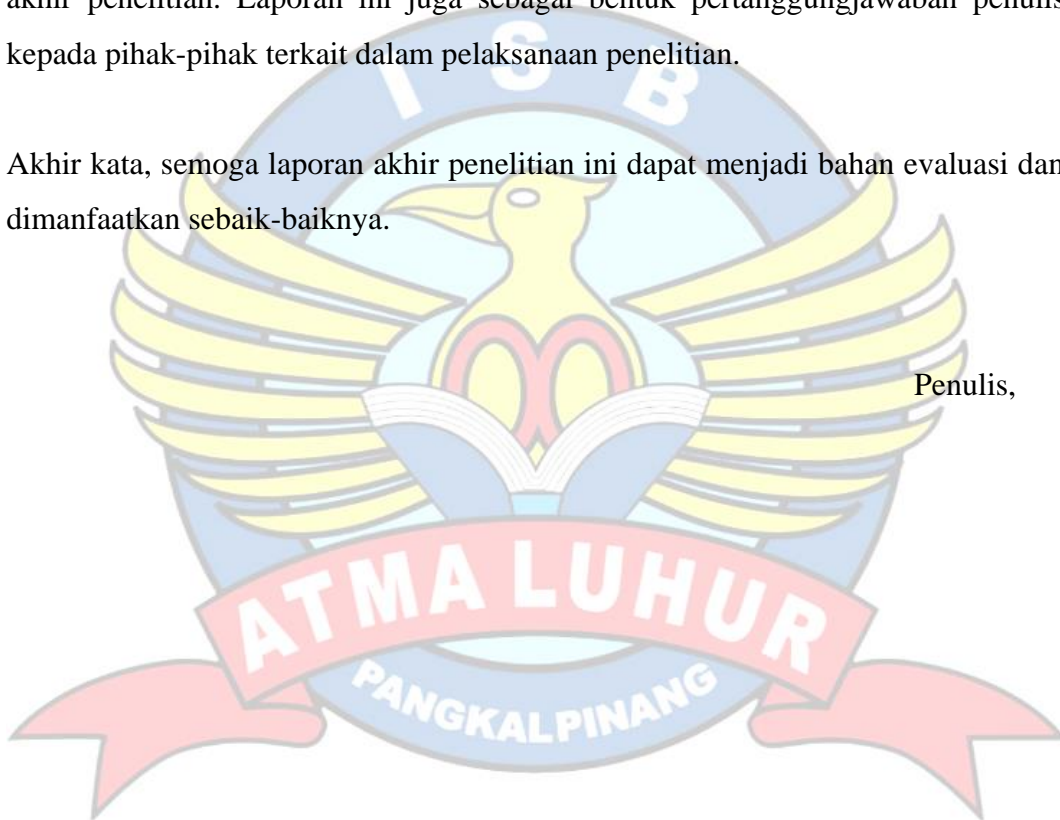
KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan YME, karena atas rahmat dan keberkah-Nya laporan akhir penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Video Konten Melalui Instagram Terhadap Minat Konsumen Dalam Penyewaan Bus Pada New Bintang Trans Di Sungailiat**” ini dapat diselesaikan.

Tujuan dari pembuatan laporan ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai pelaksanaan penelitian dari awal proposal, hasil, publikasi, dan hingga akhir penelitian. Laporan ini juga sebagai bentuk pertanggungjawaban penulis kepada pihak-pihak terkait dalam pelaksanaan penelitian.

Akhir kata, semoga laporan akhir penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan dimanfaatkan sebaik-baiknya.

Penulis,



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Bisnis Digital ISB ATMA LUHUR.

Penulis menyadari bahwa laporan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa laporan skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah menciptakan dan memberikan kehidupan di dunia.
2. Bapak dan Ibu tercinta yang telah mendukung penulis baik spirit maupun materi.
3. Bapak Drs. Djaetun Hs yang telah mendirikan Atma Luhur.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Wendi Usino.MM.,M.Sc, Ph.D, selaku Rektor ISB Atma Luhur.
5. Bapak Hengki, S.Kom., M.Kom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Ibu Sarwindah, S.Kom., MM, selaku Kaprodi Bisnis Digital.
7. Ibu Sarwindah, S.Kom., MM, selaku dosen pembimbing.
8. Saudara dan sahabat-sahabatku terutama teman-teman angkatan 2020 yang telah memberikan dukungan moral untuk terus meyelesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Pangkalpinang, 03 Juni 2024

Penulis



Fitria

DAFTAR ISI

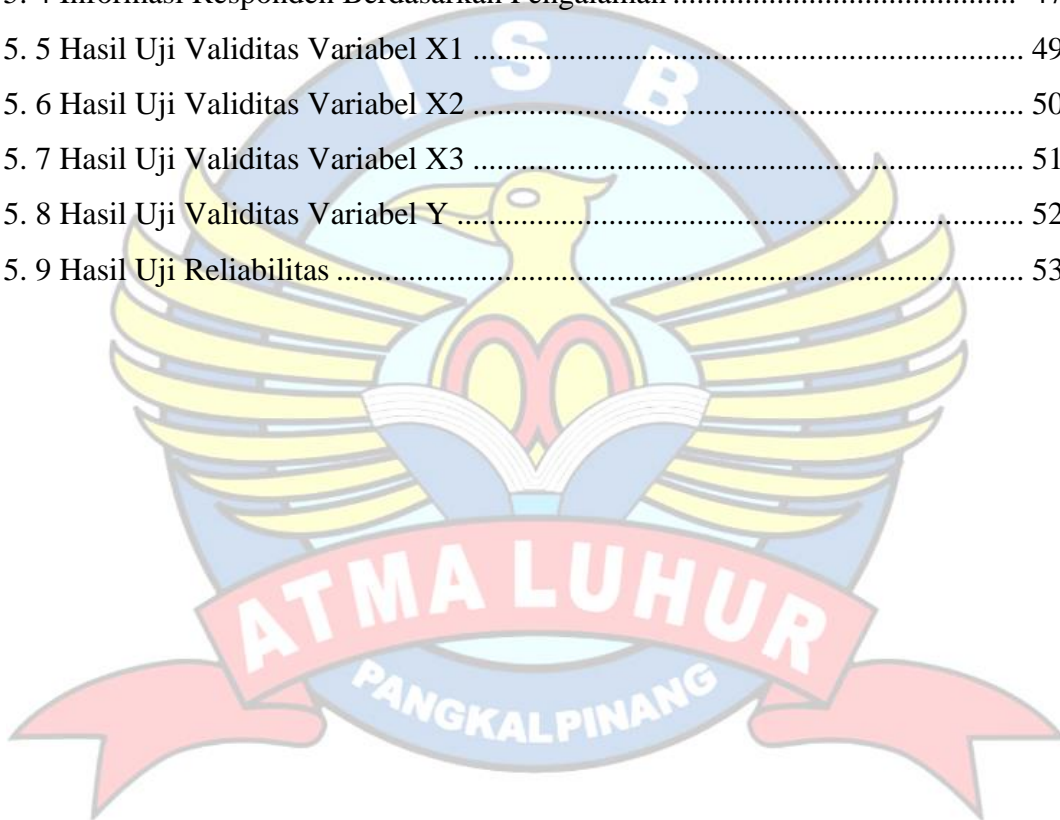
HALAMAN PENGESAHAN	ii
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Sosial Media.....	5
2.2 Instagram.....	5
2.3 Konten Marketing	6
2.4 Video Konten.....	6
2.5 Minat Konsumen.....	7
2.6 Aspek Video Konten Terhadap Minat Konsumen.....	7
2.7 Tinjauan Pustaka.....	8
2.8 Kerangka Konseptual.....	18
2.9 Perumusan Hipotesis.....	19
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT	20
3.1 Tujuan Penelitian	20
3.2 Manfaat Penelitian	20
3.3 Target Luaran.....	21
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN.....	22
4.1 Metode Penelitian	22
4.2 Model regresi linear berganda	22
4.3 Populasi dan Sampel.....	23

4.4 Jenis data.....	24
4.5 Lokasi Penelitian.....	25
4.6 Teknik Pengumpulan data.....	25
4.7 Teknik Analisis Data.....	27
4.7.1 Validitas dan Reliabilitas	27
4.7.2 Normalitas	28
4.7.3 Multikolinieritas	28
4.7.4 Heteroskedastisitas	28
4.7.5 Analisis koefisien determinasi	29
4.7.1 Uji F.....	29
4.7.2 Uji T	29
4.7.3 Analisis model regresi linear berganda	30
4.8 Operasional Variabel	31
BAB V HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....	37
5.1 Tinjauan Umum	37
5.1.1 Sejarah New Bintang Trans.....	37
5.1.2 Visi dan Misi	38
5.1.3 Struktur organisasi New Bintang Trans	40
5.1.4 Fasilitas dan layanan New Bintang Trans	42
5.1.1 Gambaran umum objek penelitian	43
5.2 Hasil Penelitian	48
5.2.1 Uji Validitas	48
5.2.2 Uji Reliabilitas.....	53
5.2.3 Hasil Uji Normalitas.....	55
5.2.4 Hasil Uji Multikolinieritas	56
5.2.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
5.2.6 Koefisien Determinasi.....	58
5.2.7 Uji F.....	59
5.2.8 Uji T (Uji Hipotesis)	60
5.2.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
5.3 Pembahasan.....	62

5.3.1 Pengaruh Interaktif Ketertarikan Video Konten Melalui Instagram (X1) terhadap Minat konsumen dalam penyewaan bus	62
5.3.2 Pengaruh Informatif video konten melalui Instagram (X2) terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus.....	63
5.3.3 Pengaruh Kualitas video konten melalui Instagram (X3) terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus.....	63
5.3.4 Pengaruh Interaktif Ketertarikan (X1), Informatif (X2), Kualitas (X3) video konten melalui Instagram terhadap minat konsumen dalam penyewaan bus (Y)	64
5.3.1 Hasil wawancara	67
5.4 Luaran Penelitian	70
BAB VI PENUTUP	71
6.1 Kesimpulan	71
6.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LOA	77
LINK	78
SURAT KETERANGAN HASIL DETEKSI PLAGIASI	79
ORIGINALITY REPORT PLAGIASI	80
SURAT BALASAN PERMOHONAN TEMPAT RISET	81
KARTU BIMBINGAN	82
BIODATA PENULIS	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 5. 1 Informasi responden berdasarkan jenis kelamin	44
Tabel 5. 2 Informasi Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 5. 3 Informasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 5. 4 Informasi Responden Berdasarkan Pengalaman	47
Tabel 5. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X1	49
Tabel 5. 6 Hasil Uji Validitas Variabel X2	50
Tabel 5. 7 Hasil Uji Validitas Variabel X3	51
Tabel 5. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Y	52
Tabel 5. 9 Hasil Uji Reliabilitas	53



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Akun Instagram New Bintang Trans.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka konseptual	18
Gambar 4. 1 Populasi penelitian.....	23
Gambar 5. 1 Struktur Organisasi New Bintang Trans.....	40
Gambar 5. 2 Informasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Gambar 5. 3 Informasi Responden Berdasarkan Usia	46
Gambar 5. 4 Informasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
Gambar 5. 5 Informasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
Gambar 5. 6 Hasil Uji Validitas variabel X1 yang diolah SPSS 17	49
Gambar 5. 7 Hasil Uji Validitas variabel X2 yang diolah SPSS 17	50
Gambar 5. 8 Hasil Uji Validitas variabel X3 yang diolah SPSS 17	51
Gambar 5. 10 Hasil Reliabilitas yang diolah SPSS 17	54
Gambar 5. 11 Hasil Uji Normalitas yang diolah SPSS 17.....	55
Gambar 5. 12 Hasil Uji Multikolinieritas yang diolah SPSS 17.....	56
Gambar 5. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot) yang diolah SPSS 17..	56
Gambar 5. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser) yang diolah SPSS 17	57
Gambar 5. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi yang diolah SPSS 17.....	58
Gambar 5. 16 Hasil Uji F yang diolah SPSS 17	59
Gambar 5. 17 Hasil Uji T yang diolah SPSS 17	60
Gambar 5. 18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda yang diolah SPSS 17.....	61