

## LAPORAN PENELITIAN

# **Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian pada UMKM Inoy Daily Wear di Tasikmalaya**



### **TIM PENELITIAN :**

Muhammad Yusuf Maksudi, SE., MSc	NIDN : 0317086101
Ir. Ade Mulyati Maksudi., Msi	NIDN : 0322125903
Dr. Imran Zabidi, MA	NIDN : 0306056004
Liem Hendra, SE, Ak, M.Si, BKP	NIDN : 0317058305
Drs. Imron HR, MM.	NIDN : 0312065804
Ir. Dwi Windu Suryono., M.Si.	NIDN : 0327076101

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**JAKARTA**

**2020**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN KEGIATAN PENELITIAN**

Judul : Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian Pada UMKM Inoy Daily Wear Di Tasikmalaya

Ketua Tim Pelaksana : Ir. Ade Mulyati Maksudi., M.Si (0322125903)

Anggota Tim Pelaksana : Dr. Imran Zabidi. MA (0306056004)  
Yusuf Maksudi, SE, MSc. (0317086101)  
Liem Hendra, SE, Ak, M.Si, BKP (0317058305)  
Drs. Imron HR, MM. (0312065804)  
Ir. Dwi Windu Suryono., M.Si (0327076101)

Lokasi Kegiatan : Tasikmalaya

Luaran yang dihasilkan : Produk UMKM

Biaya Total : Rp. 3.500.000

- STEI : Rp. 3.500.000

Jakarta, 23 Maret 2021  
Ketua Tim Pelaksana



Ir. Ade Mulyati Maksudi., M.Si  
NIDN: 0322125903

Mengetahui,  
Kepala Bagian P3M



(M. Hasbi Saleh, SE, Ak, MM, M.Ak.,CA.)  
NIDN : 0326035601



Menyetujui,  
Wakil Ketua IV



(Drs. Jusuf Haryanto., M.Sc)  
NIDN: 0325036001

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
DAFTAR ISI .....	iii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Batasan Penelitian .....	5
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	6
2.1. Pemasaran .....	6
2.2. Media Sosial .....	7
2.3. Penggunaan Instagram .....	7
2.3.1. Konsep Instagram .....	7
2.3.2. Instagram Sebagai Media Promosi .....	8
2.3.3. Indikator Media Sosial Instagram .....	9
2.4. Penjualan .....	10
2.5. Omzet Penjualan .....	10
2.5.1. Pengertian Omzet Penjualan .....	10
2.5.2. Indikator Omzet Penjualan .....	11
2.6. Penelitian Terdahulu .....	11
2.7. Kerangka Pemikiran dan Penurunan Hipotesis .....	13
2.7.1. Media Sosial Terhadap Omzet Penjualan .....	13
2.7.2. Penurunan Hipotesis .....	13
BAB III METODE PENELITIAN .....	14
3.1. Objek Penelitian .....	14
3.2. Variabel Penelitian .....	14
3.2.1. Variabel Dependen .....	14
3.2.2. Variabel Independen .....	15

3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	16
3.3.1. Jenis Data	16
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data	16
3.4. Populasi dan Sampel	17
3.4.1. Populasi	17
3.4.2. Sampel	17
3.5. Alat Analisis Data	18
3.5.1. Regresi Linear Sederhana	18
3.5.2. Uji Instrumen Penelitian	19
3.5.3. Uji Validitas	19
3.5.4. Uji Reliabilitas	19
3.6. Analisis Statistik Deskriptif	19
3.7. Uji Normalitas	20
3.8. Uji Hipotesis (Uji t)	20
3.9. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	20
3.10. Jadwal Kegiatan dan Realisasi Anggaran	21
<b>BAB IV</b>	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	22
4.1 Hasil Penelitian	22
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	22
4.1.2. Data Sampel	22
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	22
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	23
4.4 Hasil Uji Validitas	24
4.5 Hasil Uji Reliabilitas	25
4.6 Hasil Uji Normalitas	25
4.7 Analisis Regresi Linear Sederhana	27
4.8 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)	28
4.9 Koefisien Determinasi	28

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	29
	5.1 Kesimpulan .....	29
	5.2 Saran .....	30
	DAFTAR PUSTAKA .....	31
	LAMPIRAN .....	33

### **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Data Perkembangan Omzet Penjualan Inoy Daily Wear Tasikmalaya Bulan Juni – Oktober 2020 .....	4
Tabel 3.1	Jumlah Populasi .....	17
Tabel 4.1	Data Sampel .....	22
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	22
Tabel 4.3.	Analisis Statistik Deskriptif .....	23
Tabel 4.4	Tabel Hasil Uji Validitas .....	24
Tabel 4.5	Tabel Hasil Uji Reliabilitas .....	25
Tabel 4.6	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	27
Tabel 4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	28

### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas Variabel Penggunaan Instagram .....	25
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas Variabel Omzet Penjualan .....	26

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Virus Corona atau Covid-19 merupakan penyakit atau wabah misterius. Awal penyebarannya terjadi di kota Wuhan, Cina pada tahun 2019 dan pada akhirnya menyebar luas ke seluruh dunia termasuk Indonesia. Penularannya yang begitu cepat, mengakibatkan peningkatan jumlah pasien yang terinfeksi sehingga butuh penanganan cepat tanggap karena hingga saat ini vaksin atau obat spesifikasi masih belum ditemukan.

Pandemic Covid-19 juga berpengaruh terhadap keberlangsungan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Mengingat penyebarannya yang begitu cepat maka diberlakukannya pembatasan terhadap segala jenis kegiatan yang memicu terjadinya penyebaran yang lebih luas termasuk kegiatan bisnis. Hampir semua wilayah di Indonesia merasakan dampaknya. Dampak nyata yang dirasakan oleh pelaku UMKM yaitu penurunan permintaan atas produk secara drastis, bahkan tidak sedikit diantaranya memanfaatkan modal kerjanya untuk “menyambung nafas” supaya bisnisnya tetap berlangsung.

Berbagai upaya pemerintah telah dilakukan untuk memulihkan kembali kondisi UMKM saat ini, salah satunya yaitu pendampingan dan penguatan pelaku UMKM oleh Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkopukm). Selain itu pemerintah juga menyediakan anggaran sebesar Rp. 735 triliun bagi pemerintah dan BUMN yang digunakan untuk belanja produk UMKM, menyiapkan bantuan sosial bagi pelaku UMKM yang masuk dalam kategori miskin dan kelompok rentan miskin yang terdampak wabah Covid-19 dan pemerintah memberikan restrukturisasi utang kepada UMKM seperti pengurangan bunga hingga penundaan pembayaran cicilan, bantuan modal kerja dalam bentuk pinjaman melalui program Kredit Usaha Rakyat (KUR), hingga insentif pajak (Indraini, 2020)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki peran penting terhadap perkembangan ekonomi di Indonesia, karena hampir sebagian besar saat ini di

dominasi oleh usaha berskala mikro, kecil dan menengah. Adapun data yang dikutip oleh (Kumparan.com) menunjukkan jumlah pelaku UMKM yang ada di Indonesia sebesar 64 juta. Menurut Akhmad (2015) hadirnya UMKM memberikan dampak positif bagi bangsa dan negara yaitu (1) Menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga mampu menyerap banyak tenaga kerja dan dapat mengurangi pengangguran dan kemiskinan, (2) memberikan kontribusi bagi peningkatan produk domestik bruto (PDB) dan pertumbuhan ekonomi, dan (3) ikut serta dalam peningkatan ekspor dan berpotensi memperluas ekspor dan investasi. Pada tahun 2019 UMKM memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 5% dari total PDB (Syarizka, 2019).

Menghadapi mekanisme pasar yang semakin terbuka dan kompetitif, menjadikan pelaku usaha semakin meningkatkan daya saing. Penggunaan teknologi informasi (TI) dapat dijadikan upaya untuk menciptakan bisnis yang efisien dengan cara pertukaran informasi dengan lingkup yang lebih luas serta mudah di akses. Adapun media sosial yang saat ini umum digunakan sebagai sarana promosi yaitu Whatsapp, Facebook, Instagram dan Web.

Ditinjau dari segi resiko dan biaya yang dikeluarkan oleh pelaku usaha dalam mempromosikan produk-produknya dengan media sosial itu relatif lebih ringan dan terjangkau (Mursito, 2020). Era digital menuntut para pelaku UMKM untuk memanfaatkan peluang digital secara maksimal agar usahanya dapat berkembang dan bersaing.

Media sosial dapat diakses secara mudah, relatif murah dan secara langsung dapat meraih (*engage*) calon konsumen. Sebanyak 8 juta pelaku UMKM yang ada sudah *go digital*, artinya hampir 13% persen dari total keseluruhan UMKM di Indonesia telah memanfaatkan platform jual beli yang ada di Internet. Namun, 87% pelaku UMKM masih menggunakan sarana tradisional (*offline*) memasarkan secara langsung dengan cakupan wilayah yang masih kecil, hal tersebut dikarenakan masih minimnya pengetahuan terkait pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran.

Menurut Isnanda et al., (2013) Media sosial memiliki fungsi yang potensial dalam keberlangsungan bisnis yaitu dapat mengidentifikasi

konsumen, media komunikasi dua arah, membagikan informasi untuk dapat mengetahui objek yang disukai pelanggan, kehadiran pelanggan, hubungan antar pelanggan berdasarkan lokasi dan pola interaksi, reputasi perusahaan dimata pelanggan dan membentuk kelompok antar pelanggan.

Instagram yaitu aplikasi media sosial dimana penggunanya dapat mengunggah foto dan video di dunia maya. Kini Instagram dapat dijadikan sebagai sarana pemasaran atau marketing secara online, selain itu penggunaannya yang cukup mudah sehingga dapat di akses oleh semua kalangan. Pemasaran melalui Instagram dapat berupa foto atau video dan disana pengguna dapat menambahkan caption atau keterangan dari sesuatu yang diunggahnya.

Adapun fitur terbaru dari instgram yaitu adanya penayangan iklan bagi setiap pelaku usaha yang ingin produknya dikenal lebih luas dengan menempatkannya di halaman awal sehingga para pengguna dapat dengan mudah menemukan produk tersebut. Fitur ini dikenakan biaya, dimana pengguna harus membayar sewa iklan kepada Instagram. Namun, hal tersebut sebanding dengan *feedback* yang didapat yaitu banyak pengguna yang akhirnya mengunjungi profil Instagram pelaku usaha/penjual yang memasang iklan disana dan dari situ dapat menarik minat pembeli.

Kondisi pada saat pandemic ini menuntut warga masyarakat untuk melakukan segala aktivitas dari rumah. Peran teknologi khususnya media sosial sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan yang dapat diakses dari rumah. Menurut Teten Masduki dilansir dari Pikiran Rakyat bahwa “UMKM yang mampu bertahan dan tumbuh di era pandemic karena terhubung ke ekosistem digital dan sudah melakukan usahanya di market place online serta melakukan adaptasi bisnisnya dengan kondisi saat ini”.

Akibat adanya penerapan sosial berskala besar transaksi jual beli di tempat umum di batasi, contohnya sempat terjadi penutupan pada tempat perbelanjaan. Hal tersebut dilakukan untuk mengurangi penyebaran virus, sehingga untuk memenuhi kebutuhan, masyarakat akhirnya memilih melakukan pembelian secara online. Kondisi ini dimanfaatkan oleh pelaku usaha pakaian atau umkm di bidang



fashion di Tasikmalaya untuk melakukan pemasaran dan transaksi jual beli secara online untuk tetap bertahan ditengah pandemi saat ini.

Inoy Daily Wear merupakan sebuah usaha di bidang fashion berbasis offline dan online yang menjual pakaian piyama dan tas bagi wanita dan juga piyama untuk anak-anak. Rumah produksi Inoy Daily Wear berada di Jln, Sevilla Perumahan Andalusia Garden, Tasikmalaya. Dalam pemasaran produknya Inoy Daily Wear memanfaatkan media sosial instagram dengan nama akun @inoygalery untuk penjualan tas dengan jumlah followers sebanyak 11,9 ribu dan @inoydailywear untuk penjualan piyama dengan jumlah followers sebanyak 22,4 ribu per September 2020 . Berikut data penjualan Inoy Daily Wear selama 6 bulan terakhir.

**Tabel 1.1**  
**Data Perkembangan Omzet Penjualan Inoy Daily Wear Tasikmalaya**  
**Bulan Juni – Oktober 2020**

No	Bulan	Omzet (Rp)	Perkembangan (%)
1	Juni	129.483.000,00	-
2	Juli	172.831.000,00	33,48%
3	Agustus	135.129.000,00	-21,81%
4	September	241.464.000,00	78,69%
5	Oktober	222.013.000,00	-18,29%

Sumber : Laporan Keuangan Inoy Galery

Tabel 1.1 diatas menunjukkan omzet penjualan dari Inoy Daily Wear yang fluktuatif, seperti pada bulan Juni - Juli mengalami peningkatan sebesar 33,47% sedangkan bulan Juli – Agustus mengalami penurunan sebesar -21,81%, pada bulan berikutnya mengalami peningkatan kembali sebesar 78,69% dan bulan Oktober mengalami penurunan sebesar -18,29%. Pada tabel diatas dapat diketahui adanya penurunan drastis yang mendorong pemilik Inoy Daily Wear untuk

memperkuat strategi pemasarannya di media sosial sehingga dapat menarik minat konsumen.

Dalam pemasarannya Inoy Daily Wear memanfaatkan media sosial Instagram. Diantara banyaknya media sosial yang ada, peneliti memilih Instagram sebagai media sosial yang akan di teliti, melalui proses observasi secara langsung kepada pihak Inoy Daily Wear. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk menganalisis Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian pada UMKM Inoy Daily Wear di Tasikmalaya.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka masalah yang dapat diidentifikasi yaitu :

1. Apakah ada pengaruh secara signifikan antara Penggunaan Instagram dengan omzet penjualan Inoy Daily Wear?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Penggunaan Instagram terhadap Omzet Penjualan Produk Inoy Daily Wear.

## **1.4. Batasan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang peneliti membatasi pada jenis media sosial yang akan di teliti yaitu Instagram.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1. Pemasaran**

Pemasaran menurut Kotler et.al (2004) adalah sebuah proses sosial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok dalam menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang memiliki nilai kepada pihak yang membutuhkan produk tersebut. Bauran pemasaran terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) yang dikenal dengan 4 “P” (Kotler et.al, 2008).

Pengertian pemasaran dalam proses manajerial yaitu sebagai “seni menjual produk”, meskipun penjualan adalah bagian kecil dari seluruh proses pemasaran namun penjualan menjadi tolak ukur keberhasilan dari suatu usaha yang di jalankan dan penjualan menjadi target akhir dari sebuah usaha/bisnis. Menurut Swastha et.al (2008) pemasaran adalah kegiatan pokok yang dilakukan oleh pemilik usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya supaya dapat berkembang dan mendapatkan laba.

Seiring perubahan zaman dan berkembangnya teknologi kini strategi pemasaran turut mengalami perubahan menyesuaikan permintaan pasar dimana pada proses pemasaran, lingkungan sangat berpengaruh terhadap hasil akhir yang berdampak pada omzet penjualan. Teknologi kini telah merambah kedalam dunia marketing atau pemasaran yang dikenal dengan e-marketing.

Menurut Mohammed et.al (2003) terdapat 4 cara strategi pemasaran perusahaan dengan memanfaatkan internet marketing/ e-marketing :

1. Peningkatan Segmentasi, dengan internet segmentasi pasar semakin luas karena jangkauan pemasarannya yang semakin luas.
2. Pengembangan strategi lebih cepat dalam cycle time, dengan perputaran waktu yang lebih cepat dan mudah maka strategi pemasaran dapat dengan cepat dikembangkan.
3. Peningkatan pertanggung jawaban dari usaha pemasaran, pemasaran melalui internet dapat yang dilakukan dengan cepat dan mudah sehingga informasi

akan lebih cepat diperoleh sehingga dapat meningkatkan pertanggung jawaban.

4. Peningkatan integrasi strategi pemasaran dengan strategi operasional bisnis, adanya hubungan antara strategi pemasaran perusahaan dan strategi pemasaran melalui internet akan meningkatkan strategi bisnis dan operasional.

## **2.2. Media Sosial**

Pengertian media sosial menurut Thoyibie (2010) sosial media adalah konten berisi informasi, yang dibuat oleh orang dengan memanfaatkan teknologi penerbitan, sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum.

Kini media sosial banyak dimanfaatkan dalam kegiatan bisnis, khususnya pada praktek pemasaran, media sosial berguna sebagai sarana untuk mempromosikan suatu brand atau merek perusahaan.

Pemasaran melalui media sosial yaitu proses yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mempromosikan situs web, produk atau jasa mereka melalui saluran internet dan memasuki sebuah komunitas yang jauh lebih besar yang mungkin belum tersedia melalui media tradisional (Erdogmus & Cicek, 2012). Media tradisional yaitu media yang hanya memfasilitasi satu arah, sedangkan media sosial menyediakan komunikasi dua arah dengan memungkinkan setiap orang dapat ikut serta lewat percakapan online (Weber, 2009)

## **2.3. Penggunaan Instagram**

### **2.3.1. Konsep Instagram**

Instagram adalah aplikasi atau platform yang memungkinkan penggunanya berbagi foto dan video. Nama Instagram merupakan sebuah gabungan kata instan dan telegram. Instagram di buat oleh sebuah perusahaan bernama Burbn, Inc pada tanggal 6 Oktober 2010. Perusahaan ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjabat sebagai CEO dari Instagram. Pada 9 April 2012 Facebook resmi mengambil alih Instagram senilai hampir \$1 miliar dalam bentuk saham dan tunai. Kini Instagram memiliki 1 miliar

pengguna di seluruh dunia. Hal tersebut tentu karena instagram terus melakukan inovasi dengan terus mengembangkan fitur-fitur yang dapat menarik penggunanya. Berikut keistimewaan fitur-fitur yang ditawarkan oleh Instagram :

1. Berbagi foto dan video

Fitur yang paling utama dari instagram, diman para pengguna dapat membagikan foto dan video dengan tambahan caption dan filter pada unggahan fotonya tersebut.

2. Komentar dan *like*

Jumlah *like* (suka) pada sebuah postingan di instagram dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kepopuleran foto tersebut. Tak sedikit para pengguna yang notabennya sebagai pelaku usaha memanfaatkan fitur tersebut sebagai ajang promosi. Pada saat foto atau video dari sebuah produk yang diposting mendapatkan banyak respon positif dan menjadi terkenal, maka secara langsung produk tersebut akan masuk kedalam halaman populer tersendiri

3. Instagram Story

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk berbagi foto atau video dengan durasi singkat yaitu 15 detik, tidak ada batasan berapa banyak foto/video yang dapat di unggah di story dan konten yang diunggah ke Instagram story akan hilang setelah 24 jam.

4. IGTV

IGTV atau Instagram TV adalah fitur video yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah video dengan durasi 10 menit dengan ukuran file 650 MB, sedangkan bagi pengguna yang diverifikasi dan populer diizinkan untuk mengunggah video berdurasi hingga 60 menit dengan ukuran file 5,48 GB

### **2.3.2. Instagram Sebagai Media Promosi Bisnis**

Instagram memiliki fungsi sebagai media promosi bisnis, salah satu kelebihanannya yaitu biaya yang terjangkau. Aplikasi instagram dapat di download secara gratis. Setelah aplikasi instagram terpasang di smartphone atau PC/Laptop kita dapat memulai proses pemasaran yaitu dengan mengunggah foto atau video produk dengan ditambahkan *caption* atau keterangan pada konten tersebut tanpa

dikenakan biaya sepeserpun. Salah satu upaya yang dapat dilakukan pelaku usaha untuk memasarkan produknya agar jangkauannya lebih luas lagi yaitu dengan *Endorsment*.

Proses memasarkan suatu barang yang dilakukan oleh seseorang atau influencer yang memiliki banyak pengikut pada akun sosial medianya disebut dengan *Endorsement*. Dimana kali ini pemilik usaha harus mengeluarkan biaya promosi, biaya yang dikeluarkan berbeda-beda tarif nya, biasanya semakin bagus *feedback* seseorang dalam meriview suatu produk maka semakin mahal tarif yang dikenakan. *Feedback* yang dirasakan dapat berupa bertambahnya follower bahkan bertambahnya penjualan yang berpengaruh pada omzet. Dalam mencapai target bisnis diperlukannya strategi marketing yang baik sehingga produk dapat terus dikenal secara lebih luas.

### **2.3.3. Indikator Media Sosial Instagram**

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Lim & Yazdanifard, 2014) maka peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Isi konten produk

Konten dapat berupa video, forum diskusi, podcasting, gambar digital, file audio dan konten media lainnya yang terbentuk melalui buatan para pengguna sistem atau layanan online yang sering dilakukan lewat sebuah situs media sosial. Isi konten memuat informasi dari suatu produk yang dipasarkan maka akan sangat bagus bila konten disajikan dengan sesuatu yang dapat menarik perhatian.

2. Fungsi berbagai video dan foto produk

indikator yang kedua begitu populer dikalangan pengguna instagram, berbagai merek berupaya menarik minat pelanggan baru maupun pelanggan potensial agar kembali ke situs web perusahaan mereka melalui sebuah pengalaman sosial yang kaya

3. Mampu menekan biaya promosi produk agar produk barang dan jasa mudah dikenal.

Promosi di Instagram akan lebih efektif, efisien dan tentunya ekonomis, dari segi biaya perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya banyak sehingga dapat menekan biaya promosi.

## **2.4. Penjualan**

Pengertian penjualan menurut Kotler (2000) penjualan merupakan proses sosial manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Moekijat (2000) penjualan adalah suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan informasi agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Dari pengertian penjualan yang dikemukakan oleh para ahli, maka dapat disimpulkan penjualan adalah suatu kegiatan dan cara untuk mempengaruhi pribadi agar terjadi pembelian barang atau jasa yang ditawarkan, dengan harga yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam kegiatan tersebut.

Aktivitas penjualan adalah proses atau langkah utama yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan pendapatan, sehingga apabila aktivitas penjualan tidak dikelola dengan baik maka akan merugikan perusahaan dikemudian hari. Hal tersebut disebabkan karena sasaran penjualan yang diharapkan tidak tercapai dan target pendapatan tidak terpenuhi.

## **2.5. Omzet Penjualan**

### **2.5.1. Pengertian Omzet Penjualan**

Pengertian omzet dari segi bahasa berarti jumlah, sedangkan penjualan adalah suatu kegiatan menjual barang dengan tujuan mencari dan mendapatkan laba atau pendapatan. Omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan

yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu.

Peran strategi promosi dalam bisnis yaitu dapat meningkatkan omzet penjualan. Strategi promosi sering dikatakan sebagai proses yang berkelanjutan karena promosi dapat menimbulkan kegiatan rangsangan dari perusahaan selanjutnya.

### 2.5.2. Indikator Omzet Penjualan

Berikut merupakan indikator omzet penjualan menurut Kotler et.al (2008)

1. Harga jual yang mencakup :
  - a. Keterjangkauan harga
  - b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
  - c. Daya saing harga
  - d. Kesesuaian harga dan manfaat
  
2. Produk
  - a. Design model pakaian atau baju
  - b. Kualitas produk baik sehingga memiliki umur ekonomis yang lama
  - c. Penampilan produk yang menarik
  - d. Biaya promosi

### 2.6. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**

**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Penulis/Tahun	Judul	Metode	Hasil
1	Muhammad Cahyani, Luthfya Nilam Qadarwati (2018)	Pengaruh Media Sosial Terhadap Omzet Penjualan Handphone Di Outlet Central It Gresik	Kuantitatif dengan kuisioner	Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan dimana t hitung sebesar 6,708 lebih besar dari t tabel sebesar 1,990.



2	Nurahmah Latief (2019)	Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone Pada Dp Store Makassar	Kuantitatif dengan kuisisioner	Media Sosial Instagram berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Omzet Penjualan handphone di Dp Store Makassar.
3	Swasta Priambada (2015)	Manfaat Penggunaan Media Sosial Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm)	Kualitatif Deskriptif	Manfaat yang paling dirasakan oleh UKM adalah media sosial merupakan sarana komunikasi yang efektif, dapat meningkatkan pangsa pasar serta membantu keputusan bisnis. Penggunaan media sosial dapat meningkatkan volume penjualan hingga lebih dari 100% bila dilakukan update informasi setiap hari dan secara konsisten.
4	Sunu Jatmika, Tria Aprilianto, Broto Poernomo Tri Prasety (2017)	E-Marketing Dengan Media Jejaring Sosial Untuk Peningkatan Omset Penjualan	Kuantitatif dengan wawancara	Terwujudnya aplikasi website dan teknik menjual lewat jejaring social media (facebook, Instagram, YouTube, blok dan Google+) sehingga bisa meningkatkan omset penjualan dan menjadikan desa wisata khas produk olahan

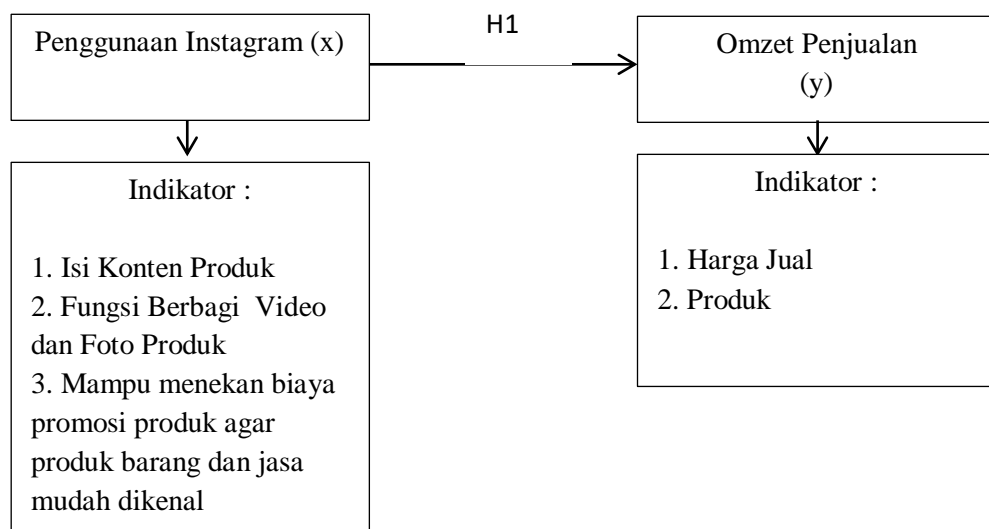
## 2.7. Kerangka Pemikiran dan Penurunan Hipotesis

### 2.7.1. Media Sosial Terhadap Omzet Penjualan

Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam proses pemasaran suatu bisnis dan berdampak pada peningkatan jumlah penjualan, meningkatnya omzet serta bertambahnya keuntungan. Pemilik usaha perlu memperhatikan strategi marketing, dimana dalam menyajikan informasi terkait dengan produk atau jasa yang ditawarkan dapat memanfaatkan media sosial secara menarik, baik foto atau video yang menarik dan juga dalam pemilihan kata yang dapat mengundang konsumen. Kini, proses pemasaran dapat dilakukan dengan mudah berkat adanya internet khususnya pemanfaatan media sosial yang dijadikan wadah dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan volume penjualan produk.

### 2.7.2. Penurunan Hipotesis

Adapun hubungan antara Penggunaan Instagram dengan Omzet Penjualan dapat digambarkan sebagai berikut :



$H_a$  : Penggunaan Instagram berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan pada Inoy Daily Wear

$H_o$  : Penggunaan Instagram berpengaruh tidak signifikan terhadap omzet penjualan pada Inoy Daily Wear

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Objek Penelitian ini UMKM di bidang fashion dan subjek penelitiannya adalah pelanggan yang telah membeli produk Inoy Daily Wear Tasikmalaya.

#### **3.2. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan bagian dari objek penelitian atas sesuatu yang menjadi titik perhatian (Arikunto & Suharsimi, 2010)

##### **3.2.1. Variabel Dependen (Y)**

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah omzet penjualan.

Omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu. Adapun indikator dari omzet penjualan adalah harga jual dan produk.

Skala likert digunakan untuk menentukan harga jual dengan kategori sangat terjangkau, terjangkau, tidak terjangkau maupun sangat tidak terjangkau. Indikator yang digunakan untuk mengukur harga jual yang dikembangkan oleh Kotler et.al (2008), yaitu :

- a. Keterjangkauan harga,
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk,
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dan manfaat.

Produk dalam penelitian ini adalah persepsi dari pelanggan terkait dengan kualitas produk Inoy Daily Wear daily. Kualitas produk diukur dengan skala likert yang ditentukan dengan kategori : sangat baik, baik, buruk dan sangat buruk. Indikator yang dikembangkan oleh Kotler et.al (2008) yaitu :

- a. Design model pakaian atau baju,
- b. Kualitas produk baik sehingga memiliki umur ekonomis yang lama,
- c. Penampilan produk yang menarik,
- d. Biaya promosi.

### **3.2.2. Variabel Independen (X)**

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah Instagram.

Instagram memiliki fungsi sebagai media promosi bisnis, salah satu kelebihanannya yaitu biaya yang terjangkau. Penggunaan skala likert untuk menentukan indikator yaitu dengan kategori sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Adapun indikatornya sebagai berikut :

1. Isi Konten Produk
  - a. Iklan yang disediakan sangat menarik
  - b. Instagram memudahkan kita melihat iklan produk terbaru
  - c. Iklan yang disediakan memudahkan kita dapat melihat detail produk
2. Fungsi Berbagi Video dan Foto Produk
  - a. Postingan video dan foto produk di instagram tersebut membuat kita tertarik untuk membeli
  - b. Video dan foto yang dibagikan sesuai dengan keadaan produk
  - c. Video dan foto yang dibagikan sangat mudah dipahami dan menarik perhatian
3. Mampu menekan biaya promosi produk agar produk barang dan jasa mudah dikenal
  - a. Promosi lewat instagram memudahkan untuk mengetahui produk tersebut
  - b. Promosi lewat instagram lebih murah
  - c. Promosi lewat instagram mempengaruhi minat beli masyarakat

### **3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.3.1. Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan jenis data primer, yaitu data yang didapat dari lapangan tempat penelitian dan wawancara langsung dari pihak terkait yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti (Sugiyono, 2010)

#### **3.3.2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisisioner. Kuisisioner merupakan serangkaian pertanyaan yang disusun untuk mendapatkan data informasi mengenai suatu hal yang diperlukan dalam penelitian yang diberikan kepada responden (Supriyanto, 2009).

Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan cara survei secara online dengan menggunakan *google form* yang akan dibagikan kepada responden pelanggan Inoy Daily Wear yang bersedia mengisi kuisisioner tersebut. Isi dalam kuisisioner yang dibagikan pada responden, yaitu : skala pembelian produk inoy daily wear, nama responden, jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan kemudian dilanjutkan dengan mengisi pertanyaan-pertanyaan penelitian pada kuisisioner mengenai pengaruh media sosial instagram terhadap omzet penjualan

Setiap jawaban pada kuisisioner ditentukan dengan menggunakan skala linkert. Skala linkert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju pada pertanyaan yang diajukan (Siregar, 2011). Responden akan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dengan tanda ceklis (v) atau silang (x) pada alternatif jawaban dengan empat kemungkinan yang ada, dan setiap jawaban akan diberi skor atau bobot nilai sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (SS) : Skor Nilai 1
2. Setuju (S) : Skor Nilai 2
3. Netral : Skor Nilai 3
4. Tidak Setuju (TS) : Skor Nilai 4
5. Sangat Tidak Setuju : Skor Nilai 5

Dari alternatif jawaban yang diberikan responden dan sudah diperoleh skor atau bobot nilai, maka sudah dapat diolah data kuantitatifnya.

### 3.4. Populasi dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang telah membeli produk Inoy Daily Wear.

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Populasi**

No	Bulan	Jumlah Pembeli
1	Juni	120 orang
2	Juli	374 orang
3	Agustus	497 orang
4	September	541 orang
5	Oktober	591 orang
Total		2.123 orang

*Sumber: Data Inoy Daily Wear*

#### 3.4.2. Sampel

Sugiyono (2010) Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi besar dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi ini. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Dalam penelitian ini populasi yaitu jumlah seluruh pembeli sebanyak 2.123 orang pembeli.

Roscoe dalam Sugiono (2012) Jumlah sampel dalam penelitian ini didapatkan dengan perumusan sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4} \left[ z \frac{1/2\alpha}{E} \right]^2$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Batas Interval

$\alpha$  = Tingkat kesalahan data yang ditolerir peneliti

E = Deviasi sampling maksimum atau besar kesalahan maksimum yang digunakan peneliti

Bila tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 5\%$ ). Artinya peneliti meyakini kesalahan duga dalam pengambilan sampel hanya sebesar 5%. Maka,  $Z_{1/2\alpha} = 1.96$ . Disamping itu, deviasi sampling maksimum (E) ditetapkan 10%, yang berarti peneliti hanya mentolelir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi sejumlah 10% dari keseluruhan responden. Jika lebih dari 10%, maka pengambilan sampel harus diulang. Maka, besarnya sampel minimal untuk dapat dianggap mewakili populasi dalam penelitian yang diperlukan sebesar :

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Jumlah sampel sebanyak 96 responden tersebut dianggap sudah representative karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel.

### **3.5. Alat Analisis Data**

#### **3.5.1. Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana berfungsi untuk mengukur sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) adapun model hubungan variabel dapat disusun dalam persamaan dibawah ini:

$$y = a + Bx$$

Keterangan :

$y$  = Omzet penjualan

$a$  = konstanta

$x$  = Koefisien regresi

### **3.5.2. Uji Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket tertutup yaitu angket yang telah dilengkapi jawaban alternatif sehingga responden tinggal memilih salah satu jawaban yang telah tersedia. Untuk mengetahui data penelitian valid dan reliabel, maka kuisisioner perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Peneliti akan melakukan uji ini untuk instrumen penelitian (kuisisioner).

### **3.5.3. Uji Validitas**

Uji validitas yaitu untuk menguji kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Zaviera, 2007).

Dalam melakukan pengujian validitas digunakan alat ukur yaitu dengan SPSS for windows 21, dan jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan yaitu pada taraf 0,3 antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid (Ghozali, 2010).

### **3.5.4. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan alat pengukuran konstruk atau variabel. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2010).

Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. dalam melakukan perhitungan alpha, dalam SPSS instrumen dikatakan reliabilitas apabila nilai croanbach alpha  $> 0,6$  (Ghozali, 2010).



### **3.6. Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2015) Analisis statistik Deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum mengenai variabel Media sosial instagram (X) dan Omzet penjualan (Y). Jenis data dalam penelitian ini adalah data numerik. Pengujian ini akan mencari mean, nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi dengan menggunakan bantuan SPSS Versi 21 yang selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi.

### **3.7. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah populasi dari data berdistribusi secara normal atau tidak (Ghozali, 2010). Model regresi yang baik yaitu data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas pada penelitian ini didasarkan pada uji statistik sederhana dengan melihat nilai kurtosis dan skewness untuk variabel dependen dan independen. Uji lainnya adalah uji statistik non parametrik Kolmogorov Smirnov (K-S) dengan membuat hipotesis sebagai berikut :

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

### **3.8. Uji Hipotesis (Uji t)**

Uji t dalam analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) Berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji t dalam analisis regresi yaitu apabila nilai t hitung  $> t$  table dan nilai sig.  $< 0,05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan, apabila t hitung  $< t$  table dan nilai sig.  $> 0,005$  maka tidak adanya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

### 3.9. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil menandakan variable independen terbatas dalam menjelaskan variable dependennya. Apabila koefisien determinasi sama dengan nol, maka tidak ada berpengaruh bagi variabel independen terhadap variabel dependennya. Jika nilai koefisien determinasi mendekati angka 1, maka variabel independen memiliki pengaruh yang baik terhadap variabel dependen.

### 3.10. Jadwal Kegiatan dan Realisasi Biaya

No	Kegiatan	Bulan Ke			
		1	2	3	4
1	Persiapan Studi (penyusunan proposal dan survey lokasi)				
2	Mencarai literature dan penyusunan kuesioner				
3	Pengumpulan data				
4	Menganalisis data				
5	Menyusun laporan				

Realisasi Biaya		
No	Keterangan	Nominal
1	Cendramata Untuk Responden 5 x Rp. 100.000	Rp. 500.000
2	Honor Anggota 5 x Rp. 250.000	Rp. 1.250.000
3	Honor Ketua	Rp. 750.000
4	Olah Data	Rp. 300.000
5	Pengadaan Proposal dan Laporan	Rp. 200.000
6	Cendramata Untuk Pemilik Usaha	Rp. 300.000
7	Transport	Rp. 200.000
<b>Total</b>		<b>Rp. 3.500.000</b>

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Inoy Daily Wear adalah salah satu UMKM yang berada di Tasikmalaya yang bergerak di bidang fashion. Produk yang ditawarkan berupa pakaian wanita yang terdiri dari baju tidur, daster dan kemeja. Inoy Daily Wear berdiri sejak 2020, yang beralamat di Perumahan Andalusia, Tasikmalaya.

##### 4.1.2. Data Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Adapun sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen Inoy Daily Wear yang telah mengisi kuisioner pada Google form.

**Tabel 4.1**  
**Data Sampel**

Total Responden	247 orang
Responden yang Tidak Pernah Membeli Produk Inoy Daily Wear	57 orang
Data outlier	15 orang
<b>Total Sampel</b>	<b>175 orang</b>

#### 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data yang diperoleh, usia responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase
1	< 20	21	8,5%
2	20 tahun – 30 tahun	188	76,1%

3	31 tahun – 40 tahun	34	13,8%
4	41 tahun – 50 tahun	4	1,6%
5	> 50 tahun	-	-
	Total	247 responden	100%

Sumber : Data Diolah (2021)

Tabel 4.2 menunjukkan keberagaman kategori usia responden dalam penelitian. Dari tingkatan usia dapat diketahui bahwa usia dewasa yaitu 20-30 tahun memiliki daya beli yang cukup tinggi.

### 4.3. Analisis Statistik Deskriptif

Gambaran umum mengenai variabel Penggunaan Instagram (X) dan Omzet Penjualan (Y) dapat di lihat pada tabel di bawah ini. Data yang disajikan berupa nilai mean, maksimum, minimum dan standar deviasi dengan menggunakan SPSS.

**Tabel 4.3**  
**Analisis Statistik Deskriptif**

		LNINSTAGRAM	LNOMZET
N	Valid	175	175
	Missing	0	0
Mean		2.6054	2.3061
Std. Error of Mean		.01877	.02119
Median		2.5649	2.3026
Mode		2.30	1.95
Std. Deviation		.24829	.28028
Variance		.062	.079
Range		.96	1.00
Minimum		2.30	1.95
Maximum		3.26	2.94
Percentiles	10	2.3026	1.9459
	25	2.3979	2.0794
	50	2.5649	2.3026
	75	2.8332	2.5649

90	2.9444	2.7081
----	--------	--------

Sumber : Data Diolah (2021)

Tabel 4.3 menunjukkan nilai rata-rata variabel Penggunaan Instagram (X) sebesar 2,60 dan variabel Omzet Penjualan (Y) sebesar 2,30. Nilai standar deviasi variabel X sebesar 0,24 dan variabel Y sebesar 0,28. Nilai Minimum variabel X sebesar 2,39 sedangkan variabel Y sebesar 1,95 dan Nilai Maksimum variabel X sebesar 3,26 dan variabel Y sebesar 2,94.

#### 4.4. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas yaitu untuk mengetahui ketepatan alat ukur yang dilakukan dalam mengkorelasikan skor jawaban setiap pertanyaan.

Nilai yang didapat dari r hitung adalah *corrected item-total correlation* sedangkan nilai r tabel 5%, dapat diperoleh melalui tabel r product moment pearson dengan df (degree of freedom) =  $n - 2$ , jadi  $df = 175 - 2 = 173$ , maka r tabel = 0,148. Data dikatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel.

**Tabel 4.4**  
**Tabel Hasil Uji Validitas**

Variabel		r hitung	r tabel	Ket
Penggunaan Instagram	X1	0,864	0,148	Valid
	X2	0,789	0,148	Valid
	X3	0,758	0,148	Valid
	X4	0,906	0,148	Valid
	X5	0,842	0,148	Valid
	X6	0,841	0,148	Valid
	X7	0,867	0,148	Valid
	X8	0,866	0,148	Valid
	X9	0,846	0,148	Valid
	X10	0,879	0,148	Valid
Omzet Penjualan	Y1	0,796	0,148	Valid
	Y2	0,864	0,148	Valid
	Y3	0,839	0,148	Valid
	Y4	0,853	0,148	Valid
	Y5	0,870	0,148	Valid
	Y6	0,854	0,148	Valid
	Y7	0,886	0,148	Valid

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan dalam variabel Penggunaan Instagram dan Omzet Penjualan seluruhnya adalah valid, dapat dilihat dari masing-masing nilai r hitung  $>$  r tabel.

#### 4.5. Hasil Uji Reliabilitas

**Tabel 4.5**  
**Tabel Hasil Uji Reliabilitas**

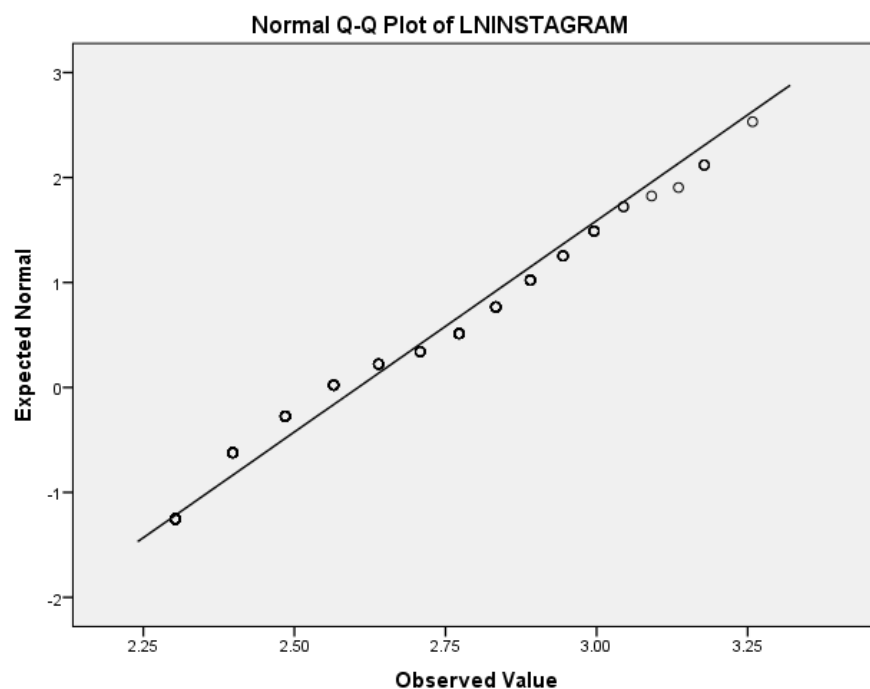
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Penggunaan Instagram	0,824 $>$ 0,7	Reliabel
Omzet Penjualan	0,840 $>$ 0,7	Reliabel

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui besarnya indeks instrumen dari variabel Penggunaan Instagram dan Omzet Penjualan. Pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, apabila nilai r Alpha  $>$  0,7 maka instrumen tersebut reliabel.

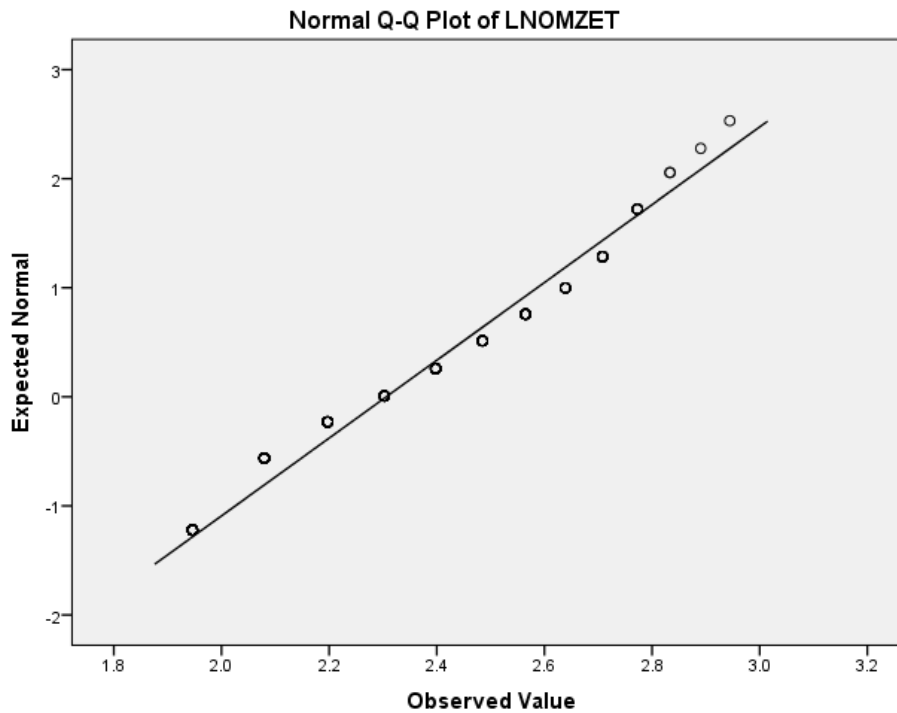
Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa instrumen diatas memiliki nilai cronbach's alpha  $>$  0,7, maka dapat dikatakan seluruh instrumen reliabel.

#### 4.6. Hasil Uji Normalitas

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas Variabel Penggunaan Instagram**



**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas Variabel Omzet Penjualan**



Normal Q-Q plot dapat digunakan sebagai alat pengujian normalitas secara visual. Kriterianya adalah, jika titik-titik pengamatan berada di sekitar garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data menyebar normal. Seperti terlihat pada kedua gambar diatas, titik-titik pengamatan berada disekitar garis diagonal sehingga secara visual dapat dikatakan bahwa data variabel Penggunaan Instagram dan Omzet Penjualan berdistribusi normal.

#### 4.7. Analisis Regresi Linear Sederhana

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.726	.189		3.833	.000
	LNINSTAGRAM	.606	.072	.537	8.378	.000

a. Dependent Variable: LNOMZET

Berdasarkan nilai signifikansi yang terdapat pada tabel 4.7 diperoleh nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan Instagram (X) berpengaruh terhadap Variabel Omzet Penjualan (Y). Sehingga hasil pengolahan data primer pada regresi linear sederhana dapat diketahui sebagai berikut :

$$Y = 0,726 + 0,606x$$

Interpretasi persamaan regresi :

- a. a = angka konstan dari unstandardized Coefficients. Nilai konstan pada penelitian ini sebesar 0,726 artinya jika tidak ada Instgaram maka nilai Omzet Penjualan adalah 0,726
- b. b = angka koefisien regresi. Nilai sebesar 0,606. Angka ini mengandung arti setiap pertambahan 1 persen tingkat variabel Instagram (X), maka Variabel Omzet Penjualan (Y) akan meningkat 0,606. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel Penggunaan Instagram dengan variabel Omzet Penjualan



#### 4.8. Uji Hipotesis (Uji t)

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Hipotesisi (Uji t)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.726	.189		3.833	.000
	LNINSTAGRAM	.606	.072	.537	8.378	.000

a. Dependent Variable: LNOMZET

Uji t digunakan untuk mengetahui sejauh mana dan seberapa besar pengaruh Penggunaan Instagram terhadap Omzet. Dengan menggunakan sampel sebanyak 175 konsumen Inoy Daily Wear dengan  $df = n-2$  atau  $df = 175- 2 = 173$  responden nilai t hitung sebesar  $8,378 > t$  tabel 1.653 dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Omzet Penjualan.

#### 4.9. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.537 <sup>a</sup>	.289	.285	.23708	1.866

a. Predictors: (Constant), LNINSTAGRAM

b. Dependent Variable: LNOMZET

Berdasarkan tabel 4.7 nilai R sebesar 0,537 artinya variabel independen Penggunaan Instagram dapat menjelaskan variabel dependen Omzet Penjualan sebesar 53,7% sedangkan 46,3% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5. 1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang didapatkan dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penggunaan Instagram berpengaruh positif terhadap Omzet Penjualan. Hal ini di buktikan dari Uji t yang memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Instagram dengan Omzet Penjualan. Artinya, semakin baik pengelolaan Instagram sebagai media promosi maka akan meningkatkan minat pembeli dan berdampak kepada Omzet Penjualan. Instagram dapat dijadikan salah satu media promosi yang dapat meningkatkan Omzet Penjualan maka dari itu Inoy Daily Wear harus terus meningkatkan kinerja promosinya melalui Instagram. Begitupun sebaliknya, jika Instagram Inoy Daily Wear tidak dikembangkan atau tidak di kelola secara baik maka akan menurunkan minat beli dan Omzet Penjualan pun akan turun.
2. Penggunaan Instagram dipengaruhi oleh Isi konten produk, berdasarkan jawaban kuisisioner responden, konsumen menganggap bahwa produk yang dipasarkan pada Instagram Inoy Daily Wear menarik dan konten yang di unggah foto serta deskripsinya memudahkan konsumen untuk mengetahui lebih detail tentang informasi produk Inoy Daily Wear (Ukuran Baju, Bahan Baju (Material) dan Harga Baju)
3. Instagram dari segi fungsi video dan foto produk. Pelanggan menilai foto dan video yang di unggah oleh Inoy Daily Wear bagus dan menarik, sehingga dapat membuat pelanggan tertarik untuk membeli produknya.
4. Penggunaan Instagram dinilai dapat menekan biaya promosi. Hal tersebut karna biayanya yang murah, selain itu dapat diakses secara mudah oleh konsumen dimanapun dan kapanpun dibanding harus pergi ke toko langsung. Sehingga, Instagram dapat mempengaruhi penjualan.

5. Omzet penjualan di tentukan oleh beberapa hal, diantaranya harga jual dan produk. Harga jual produk Inoy Daily Wear relatif lebih murah dan produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik. Hal tersebut membuat konsumen memilih untuk membeli produk di Inoy Daily Wear. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Latief (2019) dan Cahyani (2018).

## **5. 2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan dan pengelolaan isi konten Instagram Inoy Daily Weay yang sesuai dengan harapan konsumen, diharapkan mampu meningkatkan Omzet Penjualan. Terlebih banyaknya pesaing yang berlomba untuk mendesain tampilan Instagramnya menjadi lebih menarik konsumen
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel lain yang dapat mempengaruhi omzet penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2015). Pemanfaatan Media Sosial bagi Pengembangan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif pada Distro di Kota Surakarta), 9(September), 43–54.
- Arikunto, Suharsimi (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahyani, M., & Qadarwati, L. N. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Omzet Penjualan Handphone Di Outlet Central IT Gresik. *Gema Ekonomi (Jurnal Fakultas Ekonomi)*, 7(1), 70-78.
- Erdogmus, I. E., & Çiçek, M. (2012). The Impact Of Social Media Marketing On Brand Loyalty. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 58:1353-1360.
- Gozhali, Imam (2010). *”Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang : UNDIP.
- Indraini, Anisa (2020, Juni) Kabar Baik ! Ini 3 Jurusan Pemerintah Bantu UMKM yang Terdampak Corona. *Detik.com*. Retrieved from <https://bit.ly/2HsONrI>
- Isnanda, Susanto, Mubarak, Stephanie, Putra, Munajat, E. (2013). Analisis Penggunaan Media Sosial untuk Mendukung Pemasaran Produk UMKM (Studi Kasus Kabupaten Subang, Jawa Barat).
- Jatmika, S., Aprilianto, T., & Prasetyo, B. P. T. (2017). E-Marketing Dengan Media Jejaring Sosial Untuk Peningkatan Omset Penjualan. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF) (Vol. 1, No. 1, pp. 646-654)*.
- Kotler, Philip (2000) (alih bahasa Ancella Anitawati Hermawan SE), *Manajemen Pemasaran Analysis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jakarta: Salemba Empat, h.8.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong (2008). *“Prinsip-prinsip Pemasaran”* Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane. (2004). *Manajemen Pemasaran 2, edisi millennium*, Jakarta: PT. Ikrar Mandiri

- Latief, Nurahmah (2019). “Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone Pada Dp Store Makassar” Skripsi. Universitas Negri Makasar.
- Lim, S. H., & Yazdanifard, R. (2014). How Instagram can be Used As a Tool in Social Network Marketing. Research Gate, 3.
- Moekijat (2000). *Kamus Manajemen*, Bandung: CV.Mandar Maju, h.488.
- Mohammed, Rafi et al. (2003). *Internet Marketing : Building Advantage in a Networked Economy*, 2nd Edition. Pr entice Hall
- Mursito, H. (2020). Sosial Media Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk Ukm (Studi Kasus di SMESCO Jakarta). *Pekobis: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, dan Bisnis*, 4(2), 41-47.
- Priambada, S. (2015). Manfaat penggunaan media sosial pada usaha kecil menengah (UKM). *SESINDO 2015*, 2015.
- Siregar, Sofyan (2011) *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, D. (2010). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. penerbit CV. Alfabetta : Bandung.
- Supriyanto. (2009). *Metodologi Riset Bisnis*. Indeks, Jakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset
- Syarizka, Deandra (2019) Kontribusi UMKM terhadap PDB 2019 Diproyeksi Tumbuh 5%. *Bisnis.com*. Retrieved from <https://bit.ly/31JHHWF>
- Thoyibie, L. (2010). Psikologi Social Media. <http://komunikasi-indonesia.org..>
- Weber, L. (2009), *Marketing to Social Web : How Digital Customer Communities Build Your bussines*, Willey Inc
- Zaviera, Ferdinand. (2007). *Fidel Castro Revolusi Mati*. Jogjakarta:Garasi
- Sumber lain : [www.kumparanbisnis.com](http://www.kumparanbisnis.com)

# LAMPIRAN

Google Form

**Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk  
Pakaian pada UMKM Inoy Daily Wear di Tasikmalaya**

Kepada Saudara/i  
Konsumen/Pelanggan Inoy Daily Wear  
Di Tempat

Penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat Tri Dharma Perguruan Tinggi. Kami selaku Dosen dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia - Jakarta, sedang mengadakan penelitian terkait "Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Omzet Penjualan Produk Pakaian pada UMKM Inoy Daily Wear Tasikmalaya"

Maka dari itu, kami mohon kesediaan waktunya saudara/i untuk mengisi kuisisioner berikut.

Atas partisipasi dan kesediaanya, kami sampaikan terima kasih.

## 1. DATA RESPONDEN

a. Nama Lengkap :

\_\_\_\_\_

b. Usia :

- < 20
- 20 tahun – 30 tahun
- 31 tahun – 40 tahun
- 41 tahun – 50 tahun
- > 50 tahun

c. Asal Daerah :

\_\_\_\_\_

d. No HP :

\_\_\_\_\_

e. Akun Instagram Aktif (@) :

\_\_\_\_\_

f. Pernah Membeli Produk Inoy Daily Wear :

- Pernah
- Tidak Pernah



1. Penggunaan Instagram

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		1	2	3	4	5
<b>A. Isi Iklan (Konten) Produk</b>						
1	Iklan yang disediakan sangat menarik					
2	Instagram memudahkan kita melihat iklan produk terbaru					
3	Iklan yang disediakan memudahkan kita dalam melihat detail produk					
<b>B. Fungsi Berbagi Video dan Foto Produk</b>						
4	Postingan video dan foto produk di Instagram tersebut membuat kita tertarik untuk membeli					
5	Video dan foto yang dibagikan sesuai dengan keadaan produk					
6	Video dan foto yang dibagikan sangat mudah dipahami dan menarik perhatian					
<b>C. Mampu Menekan Biaya Promosi Produk Agar Barang dan Jasa Mudah Dikenal</b>						
7	Promosi lewat Instagram memudahkan untuk mengetahui produk tersebut					
8	Promosi lewat Instagram lebih efektif dan efisien bagi pembeli					
9	Biaya promosi lewat Instagram lebih murah					
10	Promosi lewat Instagram mempengaruhi minat beli masyarakat					

2. Omzet Penjualan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		1	2	3	4	5
A. Harga Jual						
11	Harga jual produk di Inoy Daily Wear relatif lebih murah dibanding toko lain					
12	Harga terjangkau dan kualitas terjamin					
13	Saya tertarik untuk membeli produk di Inoy Daily Wear karna harganya lebih murah					
B. Produk						
14	Design produk model pakaian Inoy Daily Wear menarik					
15	Kualitas produk Inoy Daily Wear memiliki umur ekonomis yang lama					
16	Penampilan produk yang menarik					
17	Produk yang dijual adalah yang paling diminati oleh konsumen					

### DATA RESPONDEN PENELITIAN

No	Nama Lengkap	Usia	Asal Daerah	No HP	Akun Instagram Aktif
1	Abyan Zakir Sarfaraz	<20	Tasikmalaya	085218877004	@dzul04
2	Afrida nur Laili	31 tahun - 40 tahun	Banjarbaru	083141562223	@amira_nur0314
3	Aisya Wardani	20 tahun - 30 tahun	Jakarta timur	082341607525	@aisyawardani
4	Aisyah Masita Bilqisari	20 tahun - 30 tahun	Yogyakarta	081329060997	@aisyah.masita
5	Ajeng siska windayani	20 tahun - 30 tahun	Bandung	082295169196	@ajengsiska14
6	Alifah Farhana	<20	Bandung Barat	087824259052	@_alfh15
7	Alpi khoerunisa	20 tahun - 30 tahun	Pangandaran	085333421119	@alpikh
8	Amelia Putri	<20	Karawang	087876018581	@ameliaa.putri
9	Aminah	20 tahun - 30 tahun	Kuala Pembuang Kalteng	085348750382	@aminahminah_97
10	An Allysa Jacob	20 tahun - 30 tahun	Bekasi	085710937402	@allysajcb
11	Andhyni eka fitri	20 tahun - 30 tahun	Jakarta	081382220518	andinief19
12	Anggi Mustika	20 tahun - 30 tahun	Bogor	082122239433	@angieordinary
13	Anggu Anggraeni	20 tahun - 30 tahun	Jakarta Barat	081547151218	anggiieeeee18_
14	Angie Febriana	20 tahun - 30 tahun	Jakarta	082111474656	an66i.e
15	Anisa novita sari	20 tahun - 30 tahun	Padang	082386720000	@dastermurah.pdg
16	Anissa Nurul Ulfa	20 tahun - 30 tahun	Jakarta Utara	087722537305	@hello.sunshine22
17	Annisa Fitrah Sarah	20 tahun - 30 tahun	Bengkulu	082379099292	@aacchhaa04
18	Annisa Sanda Mardiantiwi	20 tahun - 30 tahun	Bogor	082214420025	@nissa_sanda
19	Arifatul Khamidah	20 tahun - 30 tahun	Gresik	082132925972	@ydsleepwear.co

20	Arisa Rahmawati	20 tahun - 30 tahun	Jakarta	085710126444	@arisarahmawati
21	Arizky Rosihan Fitra Siwi	20 tahun - 30 tahun	Jawa timur	08155904161	Fitراسيwi21
22	Asri Priyanti	31 tahun - 40 tahun	Tasikmalaya	081323270377	@asripriyanti
23	Atika DS	20 tahun - 30 tahun	Yogyakarta	085713331757	@atikadevrilia
24	Ayu Ardiana	20 tahun - 30 tahun	tangerang	087772534340	@ayuardiana21
25	Ayu Fatmala	20 tahun - 30 tahun	Bogor	081284936448	@Aiyuu fatmala
26	Bella Fristika Ayu	20 tahun - 30 tahun	Banjarsari	082120305042	Bellafa__
27	Bella Indah Pratiwi	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	085327868565	@b.bellaip
28	Berliana Zahwa Neshvila	20 tahun - 30 tahun	Malang	085155038725	@wawaaaa.z
29	Caira Nur Frihatin Ningsih	<20	Kuningan jawa barat	081214218327	@cairakayyy
30	Cindy	20 tahun - 30 tahun	Jakarta timur	081298288611	Ansffashion21
31	Cindy Sucia Insani	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	082214322311	@cindysucia
32	Cut Fadillah	20 tahun - 30 tahun	Bandung	083821467244	fadillahcut
33	Debby Sucipto	20 tahun - 30 tahun	Jakarta Barat	081280808233	@beby_mimihvikavany
34	Delpi Amalia	20 tahun - 30 tahun	Bandung	081572923061	@delpiamal
35	Delvi Yulian	20 tahun - 30 tahun	Pekanbaru	082170389801	@delviyulian
36	Desi Aryani	20 tahun - 30 tahun	Tangerang	085319019333	@deasy7684
37	Desi Puspita R	31 tahun - 40 tahun	Depok	087887233727	@eccycyy
38	Devi Tri Handayani	20 tahun - 30 tahun	Depok Jawa Barat	085743885800	@devitrihandayani
39	Dewi	20 tahun - 30 tahun	Cirebon	081224203218	Deewi.h
40	Dewi Maghviroh	20 tahun - 30 tahun	Pacitan	087751993388	@dewi_maghviroh
41	Dewi Roma Maghviroh	20 tahun - 30 tahun	Pacitan	087751993388	@dewi_maghviroh
42	Diah Ayu Wilasari	20 tahun - 30 tahun	Kediri	085808932480	Diahayuzr_
43	Dika Marliasari	31 tahun - 40 tahun	Semarang	081211422425	dika.marliasari

44	Diliana Widyaningsih	31 tahun - 40 tahun	Semarang	085101189117	dili_ana
45	Dilla Pristiria M	20 tahun - 30 tahun	Kab. Sukabumi	08566602513	Dillap18_
46	Ditia Cindi Artika	<20	Kuningan	087739718894	@ditiacindyartikaa
47	Diva Fitria Askari	31 tahun - 40 tahun	Medan	08116581111	@diiva.id
48	Dyan Oktavia	20 tahun - 30 tahun	Jabodetabek	081281607609	@rindhu.sr
49	Eka Kardiyantini	20 tahun - 30 tahun	Ciamis	083827006622	@eka_kardiyantinie
50	Elga Ayunda	31 tahun - 40 tahun	Surabaya	081333343611	@elgaayunda
51	Elinda Rahmawati	20 tahun - 30 tahun	Cirebon	08999111264	@elinda.rahma
52	Elvina Rahayu	20 tahun - 30 tahun	Bogor	08981858412	@elvina_rahayu
53	Erlin Anjani	<20	Purwakarta	081211341891	@erlinnnnnnnnn24
54	Euis Ayi Sholihah	20 tahun - 30 tahun	Kab. Kuningan	089675674105	@ayieuis
55	Eva Sofia	<20	Garut	082219542512	@evasofia__
56	Ewinda Novita	20 tahun - 30 tahun	Sulawesi selatan	085256955944	@ewindanovita
57	Fadhilah Putri Parwanti	20 tahun - 30 tahun	Yogyakarta	089674416789	fadhilahputriparwanti
58	Faizah	20 tahun - 30 tahun	Pasuruan	085773943028	Syafa_imuedz
59	Fara Ditha	31 tahun - 40 tahun	Bekasi	08122232189	@dithafara19
60	Farda Firnanda	20 tahun - 30 tahun	Rangkasbitung	085711277429	Fardafirnanda21
61	Farina Atqiandini	20 tahun - 30 tahun	Jakarta	0895339947103	Kiikiahmad
62	Farisa Devina Maulida	<20	Tasikmalaya	085603279309	@farisadevina_
63	Fatma Sistri Ayu	20 tahun - 30 tahun	Cilacap	085943522832	@Sistriaayu
64	Fatmayanti	20 tahun - 30 tahun	Kendari	081247133353	Fatmayanti_usman
65	Fauziah Herawati	20 tahun - 30 tahun	Cicalengka	08996071410	fauziah.herawati98
66	Febby Fitria Lindayani	20 tahun - 30 tahun	Jakarta	085959394443	febbyflnd
67	Fina Deby Yanti	20 tahun - 30 tahun	Bekasi	081285371781	@shalvindvina

68	Fitri	20 tahun - 30 tahun	Singaparna	085223336758	v3odite
69	Fitri Istiqomah	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	082215385598	@fitriistiqomah26
70	Fitri Sanniatul Ulfah	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	082240334000	Ftrsanny
71	Fitri W S	20 tahun - 30 tahun	Jakarta	085158744306	@fitrisukmady
72	Foza Muhammad Deka	20 tahun - 30 tahun	Sumatera selatan	08117801003	Fozamuhammaddeka
73	Fridia Arintya	20 tahun - 30 tahun	Magetan	081216727732	@fridiarintya
74	Fuji Dwi Gustiani	20 tahun - 30 tahun	Bogor	081381964569	@fujidwi26
75	Fuji Widia	20 tahun - 30 tahun	Bekasi	089669492645	@fujiwidiaa
76	Gina Rahmawati	20 tahun - 30 tahun	Cilegon	085218970966	@ginarahmawati
77	Hevie Ardinia P	20 tahun - 30 tahun	Surabaya	081252399009	@hevieap
78	Hikmatul Ulya	20 tahun - 30 tahun	Kudus	081772883125	Ulyaaa.gfr
79	Husana Anieq	20 tahun - 30 tahun	Kuningan Jawa Barat	087723800443	@husanaanieq
80	Ida Rosida	41 tahun - 50 tahun	Cianjur - Jawa Bart	087720000770	idarosida167
81	Idzni Zahrima	20 tahun - 30 tahun	Bekasi	087777793182	@cimooooool_keju
82	Iis Aisyah	20 tahun - 30 tahun	Bandung	081312557771	@Aisyahlis
83	Iis Ismawati	20 tahun - 30 tahun	Jakarta	087772117228	@iisism_
84	Imma Maulidiana Maharini	<20	Pemalang	088803957842	@immamaulidianamhr_
85	Indah	31 tahun - 40 tahun	Jakarta	085810421267	jenarindahsuryani
86	Iqlima	20 tahun - 30 tahun	Depok	085707895255	Iqlimaumuhati
87	Ira Lestari Sobari	<20	Bandung	089508617323	@irlstr
88	Irgi Berlyana	<20	Pangandaran	087729869315	@irgibr.l.yn
89	Irma Andiyani	20 tahun - 30 tahun	Karawang	088299250048	@irmaandiyani95
90	Ita Ratnasari	20 tahun - 30 tahun	Pangandaran	085735080322	@itharatnasari
91	Jesi Vendrilia	20 tahun - 30 tahun	Palembang	081366229495	@jesi_khalif

92	Juli Adfa Isnaini	20 tahun - 30 tahun	Bekasi	087889246961	@adfjuli
93	Kartika Puspasari	20 tahun - 30 tahun	Jakarta	089529582645	Kartikapuspas
94	Khansa Muthiah Adzhani	20 tahun - 30 tahun	Jakarta Timur	085884108176	@khansaadzhani
95	Khoirunnisa Nur Alifah	20 tahun - 30 tahun	Depok	082298444195	@knisalifah
96	Kiki Nurmala Sari	20 tahun - 30 tahun	Banten	085777705653	@kiki.n.s
97	Laily Elviandari	31 tahun - 40 tahun	Mojokerto	081230070976	@laily_elviandari
98	Lia Nazihatul Amalia	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	082214805005	@nazihatul68
99	Lia Nazihatul Amalia	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	082214805005	@nazihatul68
100	Lia Siti	20 tahun - 30 tahun	Jawa Barat	083816463343	@liasiti_
101	Lili Jumiaty	31 tahun - 40 tahun	Pamekasan madura	082332079522	Lalilu1264
102	Lina Budiarti	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	085795152753	@budiartilinaaa
103	Lisna Rosita	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	082120005314	@lisna_rosita
104	Luthfillah Ramadhani	20 tahun - 30 tahun	Bogor	081382281365	luthfillah_ramadhani
105	Marsya Kemala Putri	20 tahun - 30 tahun	Bekasi	081211683348	@jagodaster
106	Mayrani Eka Saputri	20 tahun - 30 tahun	Bandung barat	0895711670907	@rannydarma
107	Mazdalifah Lubis	20 tahun - 30 tahun	Medan	081363040979	@ifahlubis
108	Mega Anis Fauziah	20 tahun - 30 tahun	Surabaya	081316556329	@megaindaryn
109	Mega Primariana	31 tahun - 40 tahun	Garut	082125658323	@megaa.pr
110	Meida Kanidawati	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	085223865184	@Meidakanida
111	Mela Royanti	31 tahun - 40 tahun	Kuningan	085318207766	@daster_baahirah
112	Melawati	20 tahun - 30 tahun	Bandung	081220848917	@melawati1
113	Meliza Meta Asmara, SH., MH	20 tahun - 30 tahun	Bandar Lampung	082371111341	@methaasmara
114	Mufti Sarah Qanitat	<20	Bandung	089534934795	@muftiqanitat
115	Muthia	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	085220894923	@mitmuthia

116	Mutiara Reztiana	20 tahun - 30 tahun	Tangerang	087808790385	@mutiara_rezz
117	Neisha Merry	20 tahun - 30 tahun	Bandung	087887172819	@neishamerry
118	Nica Monica	20 tahun - 30 tahun	Cikarang Utara Bekasi	082217616656	@nicamonicaa_
119	Nida Nurwahidah	20 tahun - 30 tahun	Cianjur	085795419420	@nida_nurwahida
120	Nila Rosita	20 tahun - 30 tahun	Jawa timur	085854650969	@nilaarosita
121	Nita Faradila	20 tahun - 30 tahun	Tangerang selatan	081296358278	nita_faradila91
122	Nopiyanti	20 tahun - 30 tahun	Bandung	082116872829	nopiyantijameela
123	Novi Dwi Saeria Se	20 tahun - 30 tahun	Indramayu	081324764434	@tehnovisipit14
124	Nur Halimah	20 tahun - 30 tahun	Bekasi	089689962112	@nurhalimaaah24
125	Nuraidah	20 tahun - 30 tahun	Bandung	085794742833	nuraidah.22
126	Nurul Aisyah Rahmanilla	31 tahun - 40 tahun	Palembang	081364183718	Beautyfu miracle
127	Nurul Khofifah Imran	20 tahun - 30 tahun	Makassar	085242121570	@kiraniishop
128	P U	20 tahun - 30 tahun	Cianjur	081319920864	@nudiango
129	Puput Afriani	20 tahun - 30 tahun	Jakarta Timur	085656259107	Piyamalarismamakhana
130	Puput Mardianti	20 tahun - 30 tahun	Makassar	082256220966	Puput_dianty16
131	Putri Aliya Rahma	<20	Tangerang - Banten	082249510192	@ptrialiyarahma
132	Putri Haryani	20 tahun - 30 tahun	Jakarta Barat	081282830608	Ph.dailywear
133	Putri Nuraini	31 tahun - 40 tahun	Jawa Barat	0895384238376	triaayudhia_
134	Putri Rizkyani	20 tahun - 30 tahun	Bekasi	081299173057	Putririzkyani07
135	Rani Srimulyani	20 tahun - 30 tahun	Jambi	082337936295	ranirsm
136	Ratih Wulandari	31 tahun - 40 tahun	Bekasi	081319035694	@greentieh
137	Ratu Vilda	20 tahun - 30 tahun	Lebak Banten	089512674020	@ratuvilda
138	Ratu Zahra Wanda	20 tahun - 30 tahun	Depok	082112724439	@ratuzhrw
139	Relinda Ayuningtiyas Putri W	20 tahun - 30 tahun	Karanganyar	085725097550	@relindaayuningtiyas



140	Reni Nur Kurnia	20 tahun - 30 tahun	Lampung Selatan	085279272468	reninurkurnia
141	Reny Octami Halim	20 tahun - 30 tahun	Sukabumi	081296497034	@renny_octami
142	Reskianti	20 tahun - 30 tahun	Balikpapan	085256346235	Kikyreskianti
143	Restu Islamyah	20 tahun - 30 tahun	Makassar	085242445005	@sstuurestu
144	Restu Itsna Ainun	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	085294765937	@restuitsna
145	Restu Restanura	20 tahun - 30 tahun	Garut	089604037894	@its_restuuu
146	Rianti	20 tahun - 30 tahun	Bandung	085320554322	@rianti2092
147	Rika Afrianti	20 tahun - 30 tahun	Yogyakarta	082135990855	rika_afrianti84
148	Rika Nella Pujianti	20 tahun - 30 tahun	Tangerang	083891027604	@Riika_nella
149	Rina Novianti	31 tahun - 40 tahun	Jakarta	088809842642	@rina.hananazwan
150	Rini Sapitri	20 tahun - 30 tahun	Ciamis	081322824477	@rapriyadi18
151	Rini Sulistiani	41 tahun - 50 tahun	Jawa barat	081223227888	Rini_0678
152	Ririh Puwanti Indah Lestari	20 tahun - 30 tahun	Banjar	087700045759	@ririhlestari
153	Rizka Damayanti	20 tahun - 30 tahun	Jakarta	085817610068	Icdmynt
154	Rosaliani	20 tahun - 30 tahun	Pandeglang	08817463403	@rosaliani519
155	Sanny Agustina	20 tahun - 30 tahun	Bandung	085770984293	@sanny_agustina
156	Sayiddah Angesti Nilamsari	<20	Bojonegoro	085608569403	@angsnlam_
157	Selvi Kania	20 tahun - 30 tahun	Bogor	083131531731	Selvikania_
158	Senysaa	20 tahun - 30 tahun	Bandung	081224509024	@senysaa @fooddball
159	Septian Sindi Rahayu	20 tahun - 30 tahun	Malang	085546295634	@septiansr_
160	Shinta Purnama Dewi	20 tahun - 30 tahun	Bandung	08886266172	@shintaddewi
161	Sifa Fauziah	20 tahun - 30 tahun	Bekasi	081280033101	@syisifafauziah
162	Siska Febrianti	20 tahun - 30 tahun	Tangerang	085920044177	siskafb96
163	Siti Auliyah	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	081919959214	@minnieaulia

164	Siti Chollilah	31 tahun - 40 tahun	Banda aceh	081260410080	Lilahnone
165	Siti Sekar Nur Amini	20 tahun - 30 tahun	Pekalongan	085600779766	@ninalicious31
166	Sopa Siti Marwah	20 tahun - 30 tahun	Garut	082117520353	Shofa_marwah12
167	Sri Maryati	31 tahun - 40 tahun	Bekasi	082113535230	@sri_maryati77
168	Sri Yulianti	41 tahun - 50 tahun	Bandung	081388323975	chie1607@gmail.com
169	Suci Rahnadona	31 tahun - 40 tahun	Padang	081266064550	@sucirahmadona
170	Sun Otita Andreani	20 tahun - 30 tahun	Bekasi, Jawa Barat	081319955185	@standreani
171	Suwarni	31 tahun - 40 tahun	Makassar	081343681474	@arninasir
172	Syifaul Mardiah Mutiarasari	20 tahun - 30 tahun	Cimahi	085624097440	@syifaulmardiah
173	Sylviayulianti	<20	Bandung	085942004359	@sesil0806
174	Tania Pratiwi	20 tahun - 30 tahun	Kepulauan Riau	085668742739	taniaprtiwi12
175	Tika Nurmalasari	31 tahun - 40 tahun	Tangerang	081270693560	@tikawaii.id
176	Titik Wijayanti	20 tahun - 30 tahun	Bojonegoro Jatim	082234823137	@twijayanti55
177	Tsani Aniesatun	20 tahun - 30 tahun	Kuningan	085718026227	Tsanisans
178	Ulfa Lutfiana	20 tahun - 30 tahun	Bekasi	083807647700	@fiana_ulfa
179	Ummi Khoirur Rosyidah	20 tahun - 30 tahun	Bandar Lampung	089619176928	@rosyidaah
180	Ummu Rosyida Rodiana	20 tahun - 30 tahun	Banyuwangi	082230166233	Ummu_rosyida
181	Vindi Harsa Nova	31 tahun - 40 tahun	Tangerang Selatan	081283249681	@vindiharsanova
182	Wasilah	20 tahun - 30 tahun	Karawang	082111119703	@wasilahfaiza
183	Widuri	20 tahun - 30 tahun	Tasikmalaya	082214043553	@widurii99
184	Widy	31 tahun - 40 tahun	Ngawi	082310510095	@widi_yanti85
185	Winiatih	20 tahun - 30 tahun	Bandung	0895332767181	Wi.niaaaa__
186	Wohsi Fathamumtahani	20 tahun - 30 tahun	Gresik	085855858085	@fwohsi_

187	Yanuari Ulfah Kurniawati	31 tahun - 40 tahun	Tegal	085726661681	@ulfah_azmila
188	Yuli Febriani	20 tahun - 30 tahun	Jakarta	081281802192	@yuli_febrianiwiwi
189	Yunita Laksmi	20 tahun - 30 tahun	Surabaya	081937944419	yunitalaksmi
190	Zurianti Novitasari	20 tahun - 30 tahun	Jakarta Selatan	081290293458	@zuriantinovitasari

## Lampiran 1. Uji Validitas Penggunaan Instagram

**Anti-image Matrices**

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
Anti-image Covariance	X1	.717	-.102	-.099	-.027	-.092	-.098	.104	2.059E	-.015	-.031
	X2	-.102	.537	-.275	-.060	.023	-.008	-.127	-.009	-.029	-.022
	X3	-.099	-.275	.597	-.060	.003	-.039	.036	-.040	.000	.066
	X4	-.027	-.060	-.060	.669	-.012	-.107	-.110	.034	-.028	-.105
	X5	-.092	.023	.003	-.012	.552	-.223	-.066	-.044	-.009	-.046
	X6	-.098	-.008	-.039	-.107	-.223	.459	-.097	-.064	.003	-.017
	X7	.104	-.127	.036	-.110	-.066	-.097	.620	-.086	-.016	-.072
	X8	2.059E	-.009	-.040	.034	-.044	-.064	-.086	.623	-.201	-.130
	X9	-.015	-.029	.000	-.028	-.009	.003	-.016	-.201	.700	-.161
	X10	-.031	-.022	.066	-.105	-.046	-.017	-.072	-.130	-.161	.655
Anti-image Correlation	X1	.864 <sup>a</sup>	-.165	-.152	-.039	-.146	-.172	.155	3.081E	-.021	-.045
	X2	-.165	.789 <sup>a</sup>	-.485	-.100	.043	-.015	-.221	-.016	-.047	-.037
	X3	-.152	-.485	.758 <sup>a</sup>	-.095	.005	-.074	.059	-.065	-.001	.106
	X4	-.039	-.100	-.095	.906 <sup>a</sup>	-.020	-.193	-.170	.052	-.041	-.158
	X5	-.146	.043	.005	-.020	.842 <sup>a</sup>	-.442	-.113	-.075	-.014	-.076
	X6	-.172	-.015	-.074	-.193	-.442	.841 <sup>a</sup>	-.182	-.119	.006	-.031
	X7	.155	-.221	.059	-.170	-.113	-.182	.867 <sup>a</sup>	-.139	-.024	-.114
	X8	3.081E	-.016	-.065	.052	-.075	-.119	-.139	.866 <sup>a</sup>	-.305	-.203
	X9	-.021	-.047	-.001	-.041	-.014	.006	-.024	-.305	.846 <sup>a</sup>	-.238
	X10	-.045	-.037	.106	-.158	-.076	-.031	-.114	-.203	-.238	.870 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

## Lampiran 2. Uji Validitas Omzet Penjualan

Anti-image Matrices

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
Anti-image	Y1	.488	-.192	-.218	-.029	.002	-.008	-.043
Covariance	Y2	-.192	.557	-.090	-.005	-.068	-.058	-.046
	Y3	-.218	-.090	.541	-.017	-.046	.000	-.072
	Y4	-.029	-.005	-.017	.642	-.129	-.209	-.063
	Y5	.002	-.068	-.046	-.129	.588	-.101	-.172
	Y6	-.008	-.058	.000	-.209	-.101	.619	-.108
	Y7	-.043	-.046	-.072	-.063	-.172	-.108	.590
Anti-image	Y1	.796 <sup>a</sup>	-.369	-.425	-.051	.003	-.015	-.080
Correlation	Y2	-.369	.864 <sup>a</sup>	-.164	-.008	-.118	-.099	-.079
	Y3	-.425	-.164	.839 <sup>a</sup>	-.029	-.082	.000	-.127
	Y4	-.051	-.008	-.029	.853 <sup>a</sup>	-.210	-.332	-.103
	Y5	.003	-.118	-.082	-.210	.870 <sup>a</sup>	-.168	-.292
	Y6	-.015	-.099	.000	-.332	-.168	.854 <sup>a</sup>	-.179
	Y7	-.080	-.079	-.127	-.103	-.292	-.179	.886 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

## Lampiran 3. Uji Reliabilitas Penggunaan Instagram

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	10

## Lampiran 4. Uji Reliabilitas Omzet Penjualan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	7

## Lampiran 5. Uji Normalitas Penggunaan Instagram

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LNINSTAGRAM	LNOMZET
N		175	175
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	2.6054	2.3061
	Std. Deviation	.24829	.28028
Most Extreme Differences	Absolute	.143	.145
	Positive	.143	.145
	Negative	-.111	-.099
Test Statistic		.143	.145
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## Lampiran 6. Uji Hipotesis

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.726	.189		3.833	.000		
	LNINSTAGRAM	.606	.072	.537	8.378	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: LNOMZET

## Lampiran 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.537 <sup>a</sup>	.289	.285	.23708	1.866

a. Predictors: (Constant), LNINSTAGRAM

b. Dependent Variable: LNOMZET

## Lampiran 8. Analisis Statistik Deskriptif

Statistics

		LNINSTAGRAM	LNOMZET
N	Valid	175	175
	Missing	0	0
Mean		2.6054	2.3061
Std. Error of Mean		.01877	.02119
Median		2.5649	2.3026
Mode		2.30	1.95
Std. Deviation		.24829	.28028
Variance		.062	.079
Range		.96	1.00
Minimum		2.30	1.95
Maximum		3.26	2.94
Percentiles	10	2.3026	1.9459
	25	2.3979	2.0794
	50	2.5649	2.3026
	75	2.8332	2.5649
	90	2.9444	2.7081

	SS		S		N		TS		STS	
	Freq	Percent	Freq	Percent	Freq	Percent	Freq	Percent	Freq	Percent
X1	105	60	66	37,7	4	2,3				
X2	137	78,3	36	20,6	2	1,1				
X3	123	70,3	46	26,3	4	2,3	2	1,1		
X4	128	73,1	44	25,1	3	1,7				
X5	118	67,4	49	28,0	8	4,6				
X6	122	69,7	49	28,0	4	2,3				
X7	129	73,7	46	26,3						
X8	118	67,4	43	24,6	13	7,4	1	0,6		
X9	71	40,6	66	37,7	35	20,0	2	1,1	1	0,6
X10	108	61,7	52	29,7	12	6,9	3	1,7		

	SS		S		N		TS		STS	
	Freq	Percent	Freq	Percent	Freq	Percent	Freq	Percent	Freq	Percent
Y1	95	54,3	68	38,9	12	6,9				
Y2	102	58,3	65	37,1	8	4,6				
Y3	94	53,7	62	35,4	18	10,3	1	0,6		
Y4	113	64,6	59	33,7	3	1,7				
Y5	80	45,7	86	49,1	8	4,6	1	0,6		
Y6	110	62,9	62	35,4	3	1,7				
Y7	96	54,9	68	38,9	11	6,3				



No	Penggunaan Instagram										X
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	12
3	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	17
4	2	2	2	2	1	2	1	1	3	2	18
5	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	15
6	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
7	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	11
8	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	14
9	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	12
10	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
11	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	13
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
14	2	1	1	2	3	3	2	1	2	2	19
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
17	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	11
18	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	12
19	3	1	1	1	3	3	1	1	1	2	17
20	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	17
21	2	1	1	2	2	2	2	1	3	2	18
22	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	14
23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20

24	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	16
25	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	13
26	2	2	2	3	3	2	2	2	4	4	26
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
28	2	2	2	1	1	1	1	2	2	3	17
29	2	1	1	1	2	2	1	3	3	3	19
30	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11
31	1	1	1	1	2	1	1	1	3	2	14
32	2	2	3	1	1	2	1	1	3	1	17
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
34	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	16
35	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11
36	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	12
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	16
39	4	5	5	5	5	5	5	3	3	4	44
40	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
42	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11
43	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	12
44	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	15
45	2	2	2	3	1	2	4	3	5	4	28
46	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	13
47	2	1	2	1	2	2	2	3	3	2	20
48	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41

49	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	12
50	1	2	2	1	1	2	1	2	3	1	16
51	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	13
52	2	1	1	1	1	2	2	2	3	3	18
53	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	13
54	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
56	3	3	4	3	2	3	1	2	2	1	24
57	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	14
58	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	13
59	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
60	1	1	1	1	2	1	1	2	3	3	16
61	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	18
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
63	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	12
64	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
65	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	12
66	1	2	2	2	2	1	2	1	3	2	18
67	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	16
68	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
69	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	13
70	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	12
71	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	12
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
73	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	12

74	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	12
75	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	12
76	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11
77	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	24
78	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	13
79	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	13
80	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
81	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	14
82	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
83	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
84	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
85	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	13
86	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
87	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
90	2	1	1	2	1	2	1	1	2	3	16
91	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	12
92	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
94	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
95	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	12
96	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	13
97	3	2	2	1	2	2	1	2	1	1	17
98	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10

99	2	1	1	1	1	1	1	1	3	1	13
100	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	13
101	2	2	2	2	2	2	2	23	1	2	40
102	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11
103	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
104	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
105	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	17
106	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
107	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	13
108	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	12
109	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	12
110	2	1	1	1	1	1	1	2	3	2	15
111	1	2	1	1	3	1	2	2	3	2	18
112	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	16
113	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	12
114	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11
115	1	1	1	2	1	2	1	1	3	1	14
116	2	2	2	1	2	2	2	3	3	1	20
117	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
119	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	16
120	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
121	2	1	1	1	2	2	1	2	3	1	16
122	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	15
123	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	16

124	2	1	1	1	2	1	1	1	3	1	14
125	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
126	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
127	2	1	2	2	1	1	1	3	3	1	17
128	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
129	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	28
130	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	13
131	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
132	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	15
133	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
134	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	21
135	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	19
136	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	11
137	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	13
138	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	18
139	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
140	1	1	2	2	1	2	1	1	3	2	16
141	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	12
142	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11
143	2	1	3	1	2	1	1	2	2	2	17
144	2	1	2	1	3	2	1	3	3	1	19
145	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
146	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	20
147	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	24
148	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	11

149	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
150	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
151	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
152	2	1	1	2	2	1	1	3	3	3	19
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
154	2	1	1	2	2	1	1	1	3	2	16
155	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	12
156	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	14
157	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	16
158	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11
159	1	1	1	1	1	1	2	3	3	2	16
160	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
161	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
162	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	15
163	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	21
164	1	1	1	1	1	1	1	3	5	1	16
165	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	17
166	1	1	1	2	3	3	1	3	1	2	18
167	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
168	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	22
169	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	13
170	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	17
171	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	17
172	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
173	2	2	1	3	1	2	2	4	3	3	23

174	3	3	3	1	1	1	1	1	3	1	18
175	2	2	2	1	1	1	2	2	3	2	18
176	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	17
177	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	14
178	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
179	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
180	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	13
181	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	12
182	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	19
183	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
184	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	18
185	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
186	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	11
187	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	12
188	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
189	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	12
190	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	14



No	Omzet Penjualan							Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
1	1	1	1	1	1	1	1	7
2	1	1	1	1	2	1	1	8
3	1	1	1	2	2	2	2	11
4	2	2	3	2	2	2	2	15
5	2	2	2	1	2	2	2	13
6	5	5	5	5	5	5	5	35
7	1	1	1	1	1	1	1	7
8	1	1	1	1	2	1	1	8
9	2	2	3	1	1	1	1	11
10	1	1	1	1	1	1	1	7
11	2	2	2	1	2	1	1	11
12	1	1	1	1	1	1	1	7
13	1	1	1	1	1	1	1	7
14	2	2	3	2	2	2	2	15
15	2	2	2	2	2	1	1	12
16	1	1	1	1	1	1	1	7
17	1	1	2	1	1	1	1	8
18	2	2	2	2	2	2	1	13
19	3	3	3	3	2	2	3	19
20	2	1	2	2	2	1	1	11
21	2	2	3	2	2	2	2	15
22	2	2	2	1	1	2	2	12
23	2	2	2	2	2	2	2	14
24	1	1	1	1	1	1	1	7
25	1	1	2	2	2	2	1	11
26	2	2	2	2	3	2	3	16
27	1	1	2	1	1	2	1	9
28	3	3	3	1	2	2	3	17
29	1	2	1	1	2	1	1	9
30	3	3	3	2	2	1	2	16
31	2	2	2	2	2	1	2	13
32	1	1	1	2	2	2	3	12
33	2	1	1	1	1	1	1	8
34	2	2	1	1	1	2	2	11
35	1	1	1	2	2	2	1	10
36	1	1	1	1	1	1	1	7
37	1	1	1	1	1	1	1	7
38	2	2	2	2	2	2	1	13
39	2	2	1	1	1	1	1	9

40	1	1	1	1	1	1	1	7
41	1	1	1	1	1	1	1	7
42	3	2	2	1	1	1	1	11
43	1	2	2	2	2	2	1	12
44	2	1	1	1	1	1	1	8
45	3	2	1	3	1	3	1	14
46	1	1	2	1	1	1	1	8
47	3	1	1	1	1	1	1	9
48	3	2	2	3	2	3	3	18
49	2	2	2	1	2	1	1	11
50	2	2	3	1	2	1	2	13
51	1	1	1	1	1	1	2	8
52	3	2	3	2	2	1	2	15
53	1	1	2	1	1	1	1	8
54	1	1	2	2	2	1	1	10
55	1	1	1	1	1	1	1	7
56	3	3	2	1	2	2	2	15
57	1	1	1	2	2	2	1	10
58	1	1	1	2	2	2	1	10
59	1	1	1	1	1	1	1	7
60	2	2	1	1	3	1	2	12
61	2	2	2	1	1	2	2	12
62	1	1	1	1	1	1	1	7
63	1	1	1	1	1	1	1	7
64	1	1	1	1	1	1	1	7
65	1	2	1	2	2	1	1	10
66	2	2	2	2	3	2	3	16
67	2	2	1	1	1	1	1	9
68	2	2	1	1	1	1	1	9
69	1	1	2	1	1	1	2	9
70	2	1	1	1	1	1	1	8
71	2	1	2	1	1	1	2	10
72	5	5	5	5	5	5	5	35
73	2	2	3	1	1	1	1	11
74	2	2	1	2	2	2	2	13
75	1	1	2	1	1	1	2	9
76	1	1	1	2	1	2	1	9
77	3	2	4	1	2	2	2	16
78	1	1	1	1	2	1	1	8
79	1	1	1	1	1	1	1	7
80	2	2	1	2	2	1	2	12

81	1	1	2	1	1	1	2	9
82	1	1	1	1	2	1	2	9
83	3	2	2	2	2	2	2	15
84	1	1	1	1	1	1	1	7
85	2	2	2	2	2	1	2	13
86	2	2	2	2	2	2	2	14
87	2	2	2	2	2	2	2	14
88	5	5	5	5	5	5	5	35
89	2	2	2	1	2	1	2	12
90	2	2	3	2	2	2	2	15
91	1	2	1	1	2	1	2	10
92	2	1	2	1	2	1	1	10
93	5	5	5	5	5	5	5	35
94	1	1	1	1	2	2	1	9
95	2	2	2	2	2	2	1	13
96	1	1	1	1	1	1	1	7
97	1	1	1	2	2	2	2	11
98	1	1	1	1	1	1	1	7
99	1	1	1	1	2	2	1	9
100	2	1	3	1	2	1	1	11
101	2	2	2	2	2	2	2	14
102	1	1	1	1	1	1	1	7
103	2	2	2	2	2	2	2	14
104	1	1	1	2	3	2	2	12
105	1	1	1	2	2	2	2	11
106	1	1	1	1	1	1	1	7
107	1	1	1	1	1	1	2	8
108	1	2	1	2	2	1	2	11
109	2	2	2	2	2	2	2	14
110	1	2	2	1	2	2	2	12
111	2	2	3	1	2	1	2	13
112	2	1	2	3	2	1	2	13
113	1	1	1	1	1	1	1	7
114	1	1	1	1	1	1	1	7
115	1	3	2	1	2	1	1	11
116	2	2	2	1	2	2	2	13
117	2	2	2	1	1	1	2	11
118	5	5	5	5	5	5	5	35
119	2	2	1	1	1	2	1	10
120	1	1	1	1	1	1	1	7
121	1	2	1	2	1	1	1	9

122	3	1	3	2	4	2	3	18
123	1	1	2	1	1	1	1	8
124	1	1	1	1	2	1	2	9
125	1	1	1	1	1	1	1	7
126	1	1	2	1	2	2	2	11
127	2	1	1	2	2	2	3	13
128	2	2	2	2	3	2	2	15
129	3	3	3	3	3	3	3	21
130	1	1	2	1	1	1	1	8
131	1	1	1	1	1	1	1	7
132	1	2	1	1	1	1	1	8
133	1	1	1	1	1	1	1	7
134	2	2	1	2	2	2	2	13
135	2	1	2	2	2	2	2	13
136	1	1	1	1	1	1	1	7
137	1	1	1	1	1	1	1	7
138	1	1	1	2	1	1	1	8
139	1	1	1	1	1	1	1	7
140	1	1	1	1	1	1	1	7
141	1	1	1	1	1	1	1	7
142	2	1	1	1	1	1	1	8
143	2	2	3	2	2	2	3	16
144	1	1	1	1	3	1	1	9
145	1	2	1	1	2	1	3	11
146	1	1	1	2	1	2	2	10
147	2	3	2	2	3	3	2	17
148	2	2	2	1	1	1	1	10
149	2	1	2	2	1	1	1	10
150	1	1	1	1	1	1	1	7
151	1	1	2	1	2	1	3	11
152	2	2	3	2	2	1	2	14
153	1	1	1	1	1	1	1	7
154	1	1	2	1	2	1	2	10
155	1	1	1	1	1	1	1	7
156	1	1	1	1	2	1	1	8
157	2	2	3	2	2	2	2	15
158	1	1	1	2	2	2	2	11
159	3	2	2	1	3	2	2	15
160	1	1	1	1	1	1	2	8
161	2	3	2	2	2	2	2	15
162	2	1	1	1	2	1	1	9

163	2	2	2	1	2	2	2	13
164	1	1	1	1	1	3	1	9
165	1	1	1	1	1	1	1	7
166	1	1	1	1	1	1	1	7
167	1	1	1	1	1	1	1	7
168	2	3	2	2	2	2	2	15
169	1	1	1	1	2	1	1	8
170	2	1	1	1	1	1	1	8
171	3	2	3	1	2	2	2	15
172	1	1	2	2	2	2	1	11
173	1	2	2	1	3	2	2	13
174	2	1	2	2	1	2	2	12
175	1	1	1	1	2	2	2	10
176	2	1	2	2	2	1	2	12
177	1	1	1	1	2	1	1	8
178	1	2	1	1	1	1	1	8
179	1	1	1	1	1	1	2	8
180	1	2	1	2	2	1	2	11
181	1	1	1	1	2	1	1	8
182	2	2	2	2	2	2	2	14
183	2	2	1	1	1	1	1	9
184	2	2	2	3	2	3	2	16
185	1	1	1	1	1	1	1	7
186	1	1	1	1	1	1	1	7
187	2	2	2	2	2	2	2	14
188	2	1	1	2	2	2	2	12
189	2	2	2	2	2	2	3	15
190	2	1	2	1	1	1	1	9