

## DAFTAR PUSTAKA

- Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). *Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0736585317301077?via%3Dihub>
- Dicky Mardianto, D. (2023). Komunikasi Ekspresif Penggunaan Media Sosial TikTok (Studi Kasus Generasi Z Usia 18-23 Tahun). *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 3(2), 50–58. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v3i2.6481>
- FAO. (2020). *Food Security And Nutrition In The World*. <https://Openknowledge.Fao.Org/Server/Api/Core/Bitstreams/9a0fca06-5c5b-4bd5-89eb-5dbec0f27274/Content>
- Filieri. (2016). *What Makes An Online Consumer Review Trustworthy?* <https://Ideas.Repec.Org/A/Eee/Anture/V58y2016icp46-64.Html>
- Gumay, Siti, R., Soleha, & Barat, J. (2024). *JURNAL EKONOMI*. 6(2), 328–336.
- Jayanti, A. (2023). “ *Polarization* ” of Consumer Behavior : *S-O-R Theory Perspective*. 107–116.
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. <http://www.ir.harambeeuniversity.edu.et/>
- Kotler, P. T., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. <https://lib.hpu.edu.vn/handle/123456789/34503>
- Kristia, S. E., & Beli, M. (2021). *PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI BERBASIS APLIKASI TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUK UKM DM-SEAFOOD*. 9(3).
- Kumara, A. R. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 3–92.
- Lenaini, I., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2021). *Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan*. 6(1), 33–39.
- Mahendra, A. R., & Utami, A. R. (2023). *Efektivitas Promosi Digital Melalui*

- Social Media Food Influencer Terhadap Minat Pembelian*. 7(2), 191–205.
- Maudi, W., Apendi, N., Hasbi, M., Raya, P., & Alamsyah, A. (2025). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap*. 1, 81–89.
- Maulana, S., & Isyanto, P. (2025). *Pengaruh Konten Digital Marketing Di Tiktok Dan Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen*. 3(7), 137–144.
- Niantoro, Estiana, R., Azriyani, F., Studi, P., Bisnis, Administrasi, Products, B. C., & Sutrisno. (2024). *Perspektif Pemasaran Media Sosial Tiktok Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik*. 10(2), 241–248.
- Pullizi, J. (2014). *Epic content marketing*.  
[https://openlibrary.org/books/OL27218491M/Epic\\_content\\_marketing](https://openlibrary.org/books/OL27218491M/Epic_content_marketing)
- Putra, S. M., Tinggi, S., Komunikasi, I., & Maju, I. (2020). *Jurnal Ilmiah Komunikasi Promosi dengan Minat Beli Konsumen Produk Indocoverban Studi pada Konsumen Indocoverban Jurnal Ilmiah Komunikasi*. 12(03), 104–112.
- Saputra, R. R., & Darpito, S. H. (2024). *The Effect of Social Media Marketing and E-WOM on Purchase Intention of TikTok Users*. 12(5), 2097–2108.  
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.1840>
- Syaputri, D., Devita, S., & Listyani, U. (2023). *Pengaruh Konten Marketing Tiktok @ Hazellitaa Terhadap Minat Beli Baju Dishopee*. *Pengaruh Konten Marketing Tiktok @Hazellitaa Terhadap Minat Beli Baju Dishopee*, 2(1), 8–11.

## **LAMPIRAN**

## KUISIONER PENELITIAN

### A. Kriteria Responden Penelitian

No	Kriteria	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
1	Usia	Apakah usia Anda $\geq$ 18 tahun?	Ya/Tidak
2	Domisili	Apakah Anda berdomisili atau beraktivitas di Kabupaten Sleman?	Ya/Tidak
3	Pengguna Media Sosial	Apakah Anda pengguna aktif TikTok dan/atau Instagram (akun $\geq$ 3 bulan dan akses $\geq$ 3x seminggu)?	Ya/Tidak
4	Paparan Konten	Apakah Anda pernah melihat konten bertema sayuran di beranda/FYP TikTok atau Explore Instagram?	Ya/Tidak

### B. Profil Responden Penelitian

No	Profil Responden	Kategori Jawaban
1	Jenis Kelamin	Laki-laki / Perempuan
2	Usia	(Di isi sesuai jawaban responden)
3	Domisili / Aktivitas	Ya / Tidak (Kabupaten Sleman)
4	Platform Media Sosial yang Digunakan	TikTok / Instagram / Keduanya
5	Lama Memiliki Akun TikTok/Instagram	3–6 bulan / 6–12 bulan / >12 bulan
6	Frekuensi Penggunaan per Minggu	<3 kali / 3–5 kali / >5 kali
7	Pernah Melihat Konten Sayuran	Ya / Tidak
8	Frekuensi Melihat Konten Sayuran	Jarang / Kadang-kadang / Sering

## C. Pertanyaan Variabel Konten Kreatif

No	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
1	Daya tarik visual	Konten sayuran yang muncul di beranda TikTok/Instagram memiliki tampilan visual yang menarik	Ya/ Tidak
2	Ketertarikan menonton	Konten membuat saya tertarik untuk menonton sampai selesai	Ya/ Tidak
3	Kejelasan tampilan	Penyajian produk sayuran terlihat rapi dan jelas	Ya/ Tidak
4	Kesesuaian produk	Konten menampilkan sayuran sesuai kondisi aslinya	Ya/ Tidak
5	Kemudahan dipahami	Informasi yang disampaikan mudah dipahami	Ya/ Tidak
6	Manfaat produk	Konten menjelaskan manfaat atau kegunaan sayuran dengan jelas	Ya/ Tidak
7	Cara penggunaan	Konten membantu saya memahami cara mengolah atau menggunakan sayuran	Ya/ Tidak
8	Inovasi ide	Konten memberikan ide baru dalam mengolah sayuran	Ya/ Tidak
9	Kredibilitas	Konten memberikan informasi yang dapat dipercaya dan jujur	Ya/ Tidak
10	Kreativitas konten	Konten disajikan secara kreatif (misal: storytelling, tips unik, humor)	Ya/ Tidak
11	Pengalaman menonton	Konten membuat pengalaman menonton terasa menyenangkan atau berbeda	Ya/ Tidak
12	Dorongan	Konten menimbulkan rasa ingin	Ya/ Tidak

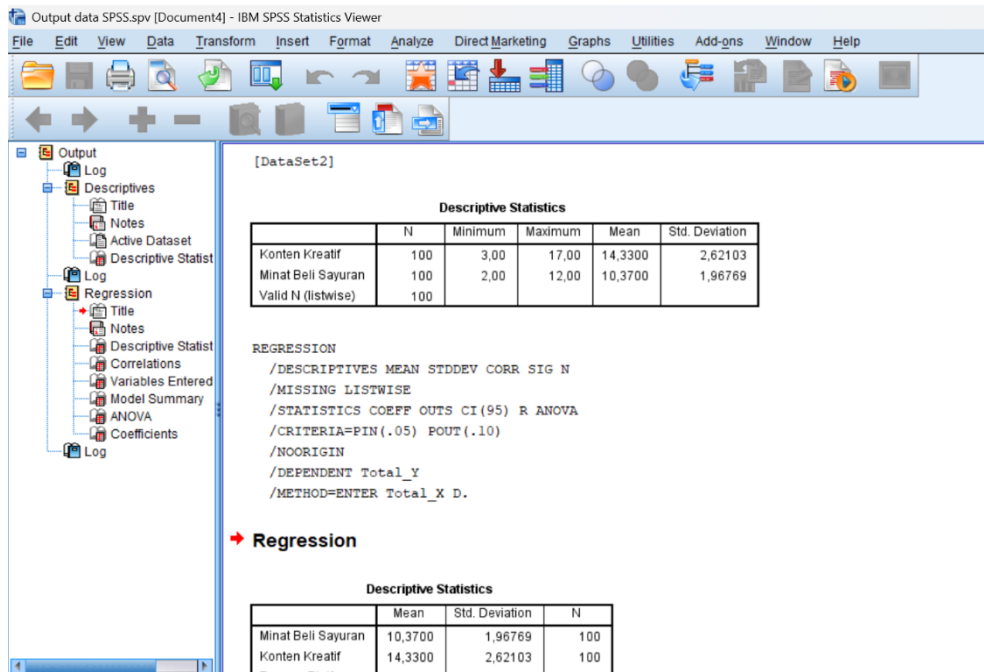
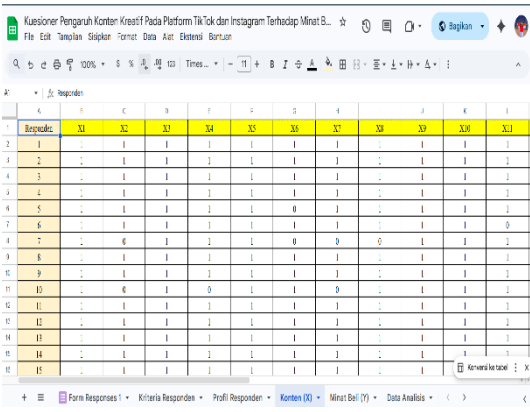
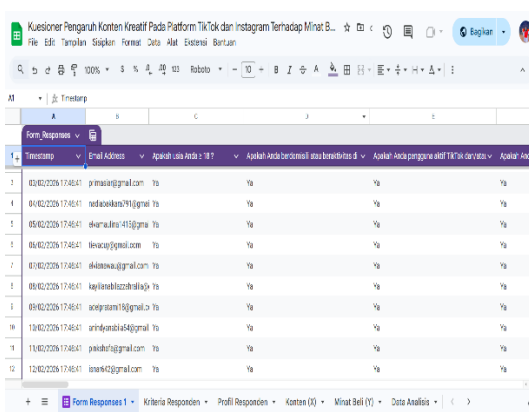
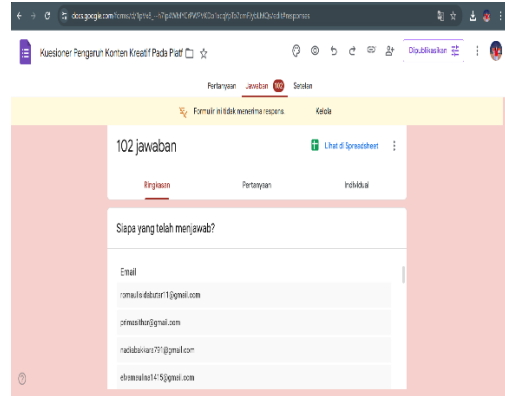
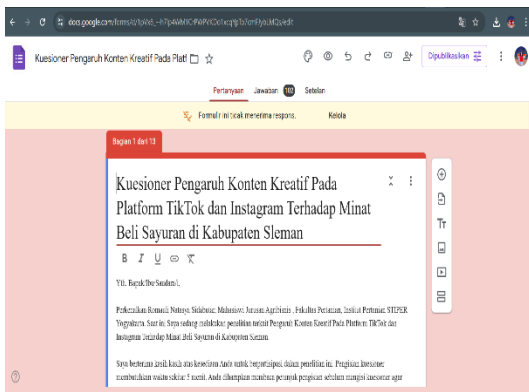
	mencoba	mencoba atau membeli sayuran	
13	Penonjolan keunggulan	Konten menonjolkan keunggulan sayuran dengan cara menarik	Ya/ Tidak
14	Keterlibatan	Saya pernah memberikan like, komentar, atau membagikan konten sayuran	Ya/ Tidak
15	Pencarian info	Konten mendorong saya mencari informasi lebih lanjut tentang sayuran	Ya/ Tidak
16	Diskusi sosial	Konten membuat saya berdiskusi atau membicarakan sayuran dengan orang lain	Ya/ Tidak
17	Pemahaman	Konten membuat saya merasa lebih paham tentang produk sayuran	Ya/ Tidak

#### D. Pertanyaan Variabel Minat Beli

No	Indikator	Pertanyaan	Jawaban
1	Fokus pada produk	Konten sayuran membuat saya lebih memperhatikan produk yang ditampilkan	Ya/ Tidak
2	Perhatian sejenak	Konten membuat saya berhenti sejenak untuk memperhatikan produk sayuran	Ya/ Tidak
3	Perhatian detail	Konten membuat saya memperhatikan detail sayuran (warna, bentuk, kualitas)	Ya/ Tidak
4	Ketertarikan produk	Konten menumbuhkan rasa tertarik terhadap produk sayuran	Ya/ Tidak

5	Rasa ingin tahu	Konten membuat saya ingin mengetahui lebih banyak tentang produk sayuran	Ya/ Tidak
6	Imajinasi penggunaan	Konten membuat saya membayangkan menggunakan atau mengolah sayuran tersebut	Ya/ Tidak
7	Keinginan membeli	Konten membuat saya merasa ingin membeli sayuran	Ya/ Tidak
8	Keyakinan memilih	Konten meningkatkan keyakinan saya dalam memilih sayuran berkualitas	Ya/ Tidak
9	Keinginan mencoba	Konten membuat saya ingin mencoba sayuran yang ditampilkan	Ya/ Tidak
10	Pencarian informasi	Konten membuat saya ingin mengetahui cara atau informasi untuk mendapatkan sayuran tersebut	Ya/ Tidak
11	Rekomendasi	Konten membuat saya tertarik untuk merekomendasikan sayuran kepada orang lain	Ya/ Tidak
12	Niat beli masa depan	Konten membuat saya merasa yakin untuk membeli sayuran di masa mendatang	Ya/ Tidak

# DOKUMENTASI



File Edit View Data Transform Insert Format Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Dummy Platform, Konten Kreatif <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Minat Beli Sayuran  
b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,662 <sup>a</sup>	,438	,426	1,49056

a. Predictors: (Constant), Dummy Platform, Konten Kreatif

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167,798	2	83,899	37,762	,000 <sup>b</sup>
	Residual	215,512	97	2,222		
	Total	383,310	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli Sayuran

File Edit View Data Transform Insert Format Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

**Regression**

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Minat Beli Sayuran	10,3700	1,96769	100
Konten Kreatif	14,3300	2,62103	100
Dummy Platform	,88	,327	100

**Correlations**

		Minat Beli Sayuran	Konten Kreatif	Dummy Platform
Pearson Correlation	Minat Beli Sayuran	1,000	,662	-,025
	Konten Kreatif	,662	1,000	-,024
	Dummy Platform	-,025	-,024	1,000
Sig. (1-tailed)	Minat Beli Sayuran	.	,000	,404
	Konten Kreatif	,000	.	,406
	Dummy Platform	,404	,406	.
N	Minat Beli Sayuran	100	100	100
	Konten Kreatif	100	100	100
	Dummy Platform	100	100	100

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Dummy Platform, Konten Kreatif <sup>b</sup>		Enter

## → Descriptives

[DataSet1]

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Total_X1	100	1,00	6,00	5,2000	1,10096
Total_X2	100	1,00	6,00	5,0100	1,12362
Total_Y	100	2,00	12,00	10,3700	1,96769
Valid N (listwise)	100				

The screenshot displays the SPSS software interface with the following components:

- Menu Bar:** File, Edit, View, Data, Transform, Insert, Format, Analyze, Direct Marketing, Graphs, Utilities, Add-ons, Window, Help.
- Toolbar:** Standard SPSS icons for file operations, editing, and analysis.
- Output Window:**
  - Regression:**
    - ANOVA Summary
    - ANOVA
    - Coefficients
- Regression Statistics Table:**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,550 <sup>a</sup>	,302	,280	1,66939

a. Predictors: (Constant), D, Total\_X1, Total\_X2
- ANOVA Table:**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	115,771	3	38,590	13,847	,000 <sup>b</sup>
Residual	267,539	96	2,787		
Total	383,310	99			

a. Dependent Variable: Total\_Y  
b. Predictors: (Constant), D, Total\_X1, Total\_X2
- Coefficients Table:**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,013	,982		5,103	,000
	Total_X1	,740	,194	,414	3,813	,000
	Total_X2	,325	,190	,186	1,709	,091
	D	-,140	,515	-,023	-,272	,786

a. Dependent Variable: Total\_Y



TimeStamp	Email Address	Apakah Anda 1-10?	Apakah Anda berdomisili atau beraktivitas di KI?	Apakah Anda pengguna aktif TikTok dan/atau Instagram?	Apakah Anda pernah melihat konten berformat Jomblo Kalam?	Usia	Apakah Anda berdomisili atau beraktivitas di KI?	Platform media sosial yang sering digunakan	Sejak kapan Anda m
2020028 17.46.41	romaulisidabutar1@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	22 Ya	TikTok	>12 bulan	
2020028 17.46.41	prmasari@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	19 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
2402028 17.46.41	radabakara79@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	23 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
2502028 17.46.41	shamulina1415@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
2602028 17.46.41	tenacy@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
2702028 17.46.41	shivanawati@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
2802028 17.46.41	kaylambalazcahralia@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	22 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
2902028 17.46.41	adepratama16@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
3102028 17.46.41	arindyanabata4@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	22 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
201102028 17.46.41	pelishaifa@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	22 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
21202028 17.46.41	ana542@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	23 Ya	TikTok	>12 bulan	
21302028 17.46.41	renulisa44@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
21402028 17.46.41	yohanasrepar395@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	24 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
21502028 17.46.41	wulandhidayah2795@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
21502028 17.46.41	quincianastasya@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
21702028 17.46.41	28.sachre@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	23 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
21802028 17.46.41	ranurafita14@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
21902028 17.46.41	nuthesaha@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
20002028 17.46.41	rahmanicakra@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	19 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
20102028 17.46.41	shyhf@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
20202028 17.46.41	lhardinah.sangah2706@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	21 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
20302028 17.46.41	febri074@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Perempuan	20 Ya	Kedua-duanya	>12 bulan	
20402028 17.46.41	adipratiwaningsih@gmail.com	Ya	Ya	Ya	Laki-laki	20 Ya	TikTok	>12 bulan	

Kuesioner Pengaruh Konten Kreatif Pada Platf

Pertanyaan Jawaban 102 Setelan

Formulir ini tidak menerima respons. Kelola

### Kuesioner Pengaruh Konten Kreatif Pada Platform TikTok dan Instagram Terhadap Minat Beli Sayuran di Kabupaten Sleman

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i,

Perkenalkan Romauli Natasya Sidabutar, Mahasiswi Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian STIPER Yogyakarta. Saat ini Saya sedang melakukan penelitian terkait Pengaruh Konten Kreatif Pada Platform TikTok dan Instagram Terhadap Minat Beli Sayuran di Kabupaten Sleman.

Saya berterima kasih atas kesediaan Anda untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Pengisian kuesioner membutuhkan waktu sekitar 5 menit. Anda diharapkan membaca petunjuk pengisian sebelum mengisi kuesioner agar dapat memahami pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

Jawaban tidak ada yang benar ataupun salah karena merupakan pandangan dari masing-masing individu. Seluruh identitas dan jawaban yang diberikan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian.

Anda dapat menghubungi Saya melalui email [romaulisidabutar1@gmail.com](mailto:romaulisidabutar1@gmail.com) jika memiliki pertanyaan lebih lanjut.