

**ANALISIS PENGARUH KEBIASAAN, KETERTARIKAN, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MOTIVASI KONSUMEN (*FOLLOWER*)
MELAKUKAN *LIKE* DI AKUN INSTAGRAM BALE BEBAKARAN
YOGYAKARTA**

Oleh: Anggi Veliani Fitri
Dibimbing Oleh: Budiarto dan Ni Made Suyastiri YP

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menganalisis pengaruh variabel kebiasaan, ketertarikan, dan kepercayaan terhadap motivasi konsumen (*follower*) melakukan *Like* di akun Instagram Bale Bebakaran (2) Untuk mengetahui besarnya motivasi konsumen (*follower*) melakukan *like* di akun Instagram Bale Bebakaran. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan yaitu *Survey*, penentuan lokasi menggunakan metode purposive. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Non-Probability Sampling* dengan sampel sistematis. Sampel sistematis adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pola tertentu pada anggota populasi sebanyak 414 yang telah diberi nomor urut dengan pola kelipatan 10. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan kuesioner. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan mean (rata-rata). Hasil penelitian diperoleh (1) Variabel kebiasaan berpengaruh terhadap motivasi konsumen (*follower*) dalam melakukan *like* di akun Instagram Bale Bebakaran, sedangkan variabel ketertarikan dan kepercayaan tidak memiliki pengaruh (2) Motivasi konsumen (*follower*) di akun Instagram Bale Bebakaran berada di *grade 2* yaitu tidak besar.

Kata kunci: Motivasi, Kebiasaan, Ketertarikan, Kepercayaan, Instagram, Konsumen (*follower*), *Like*

***ANALYSIS THE INFLUENCE OF HABITS, INTERESTS, AND BELIEFS
ON CONSUMERS MOTIVATION (FOLLOWER) TO LIKE ON INSTAGRAM
ACCOUNTS BALE BEBAKARAN YOGYAKARTA***

*By: Anggi Veliani Fitri
Supervised By: Budiarto and Ni Made Suyastiri YP*

ABSTRACT

This study aims to (1) analyze the influence of habits, interests, and belief variable on consumer's motivation (followers) to likes on Bale Bebakaran's Instagram account (2) Knowing the amount of consumer's motivation (followers) to like on Bale Bebakaran's Instagram account. This research is a descriptive study. The method used in this research was survey method, determine the location used purposive method. The sampling method used is Non-Probability Sampling with a systematic sample. Systematic sampling is a sampling technique using a certain pattern on 414 members of the population that have been given serial numbers with a multiple of 10 is obtained. The type and source of the data used are primary data and secondary data. Data collection methods used are interviews, observation, and questionnaires. The instrument testing using the validity and reliability tests. The analysis technique is multiple linear regression analysis and mean (average). The results of the study are: (1) The habit variable affects consumer's motivation (followers) to like Bale Bebakaran's Instagram account while the interests and belief variables have no effect (2) Consumer's motivation (followers) on Bale Bebakaran's Instagram in grade 2, not big.

Keywords: Motivation, Habits, Interests, Belief, Instagram, Consumers (Followers), Like