

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Gambaran Umum *Bittersweet by Najla*

Perjalanan *Bittersweet by Najla* dimulai sejak tahun 2015, saat itu Najla Bisyr memulai usahanya dari penjualan *Cinamon Roll* kepada kerabat dan tetangganya dengan sistem *Repeat Order*. Dengan bermodalkan 1 mixer dan oven, saat ini *Bittersweet by najla* sudah tersebar di seluruh Indonesia melalui penjualan *online*-nya dan memiliki beberapa *offline* storenya.



Gambar 4. 1
Najla Bisyr

Sumber : Website *Bittersweet by Najla*

Konsep *Dessert Box* pertama kali dipelopori oleh Najla Bisyr pada tahun 2017, konsep kue didalam *box* ini yang membuat *Bittersweet by Najla* menjadi *viral* dan dikenal oleh masyarakat luas.

Berawal sekedar *posting* di Instagram, konten yang dibuat menarik ribuan bahkan jutaan orang untuk mengikuti sosial media *Bittersweet by Najla*. Toko *Bittersweet by Najla* pertama kali di buka pada tahun 2019 khusus untuk pembelian lewat aplikasi *online*, saat ini *Bittersweet by Najla* telah memiliki 6 outlet dan memproduksi 3000 *Dessert Box* setiap harinya.



Gambar 4. 2

dessert box Bittersweet by Najla

Sumber : Website *Bittersweet by Najla*

2. **TikTok**

TikTok merupakan aplikasi yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi *TikTok* sendiri adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur. Aplikasi tiktok ini merupakan aplikasi yang

juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya, dari mulai video dengan tujuan sebagai hiburan sampai video dengan tujuan membagikan informasi. Melihat adanya peluang yang ada di aplikasi *TikTok*, saat ini video video yang dibuat oleh pengguna tidak hanya video dengan tujuan *entertainment* akan tetapi juga dengan tujuan membranding sampai menaikkan *brand awareness* dari *brand* yang dimiliki oleh *user*.



Gambar 4. 3

Video *Bittersweet by Najla* di *TikTok*

Sumber : *TikTok Bittersweet by Najla*

Banyaknya pengguna yang mulai menggunakan aplikasi *TikTok* sebagai media untuk promosi ini dinilai menguntungkan karena *TikTok* dengan algoritmanya yang unik dapat meningkatkan penonton

video yang di unggah pengguna dengan tidak dibatasi oleh pengikut dari *creator* yang mengunggah videonya.

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan kepada 100 responden dengan kategori yang sesuai dengan kriteria penelitian. Agar dapat mengetahui hasil penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden dan dibagi dalam beberapa kategori:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin
N = 100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Perempuan	65	65%
2	Laki - Laki	35	35%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan data table 4.1 diatas, jenis kelamin dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan data presentase 100%, didapatkan data sebanyak 35 orang dengan persentase 35% merupakan Laki-Laki dan data sebanyak 65 orang dengan persentase 65% merupakan Perempuan. Maka dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini di dominasi oleh responden Perempuan sejumlah 65%

b. Usia

Tabel 4. 2
Jenis Usia

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	18-21 Tahun	22	22 %
2	22-25 Tahun	57	57%
3	26-29 Tahun	16	16%
4	30-34 Tahun	5	5%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan data table 4.2 diatas, umur dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan data presentase 100%, didapatkan data sebanyak 35 orang dengan persentase 35% merupakan Laki-Laki dan data sebanyak 65 orang dengan persentase 65% merupakan Perempuan. Maka dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini di dominasi oleh responden Perempuan sejumlah 65%

c. Status Pekerjaan

Tabel 4. 3
Status Pekerjaan

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Pelajar/Mahasiswa	80	80%
2	Pekerja	17	17%
3	Ibu Rumah Tangga	1	1%
4	<i>Fresh Graduate</i>	2	2%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas memperlihatkan bahwa dari 100 responden, responden dengan status Pelajar/Mahasiswa sebanyak 80 orang dengan persentase 80%, pekerja sebanyak 17 orang dengan persentase 17%, Ibu Rumah tangga 1 orang dengan persentase 1%, dan *Fresh Graduate* sebanyak 2 orang dengan persentase 2%,

Dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh responden dengan status pekerjaan Pelajar/Mahasiswa sejumlah 80 orang dengan persentase 80% diikuti oleh responden dengan status Pekerja sejumlah 17 orang dengan persentase 17%.

d. Pengguna aktif sosial media TikTok

Tabel 4. 4

Pengguna Aktif Sosial Media TikTok

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Setuju	100	100%
2	Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan data table 4.3, dari seluruh responden sebanyak 100 orang didapatkan bahwa 100 orang dengan data presentase 100% merupakan pengguna aktif media sosial TikTok.

2. Analisis Pernyataan Responden Media Sosial

Tabel 4. 5

Bittersweet by Najla Sering Masuk Beranda TikTok Saya (FYP)

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	57	57%
3	Tidak Setuju	14	14%
4	Sangat Tidak Setuju	5	5%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 24 orang (24%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 57 orang (56%) menyatakan setuju, 14 orang (14%) tidak setuju dan 5 orang (5%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 57 orang dengan persentase 57% menyatakan setuju dengan pernyataan Bittersweet by Najla sering masuk beranda TikTok (FYP) mereka.

Tabel 4. 6

Bittersweet by Najla sering membuat konten menarik sehingga saya ingin menaruh komentar pada konten tersebut

N = 100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	18	18%
2	Setuju	64	64%
3	Tidak Setuju	14	14%
4	Sangat Tidak Setuju	4	4%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 18 orang (18%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 64 orang (64%) menyatakan setuju, 14 orang (14%) tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 64 orang dengan persentase 64% menyatakan setuju dengan pernyataan Bittersweet by Najla sering membuat konten menarik sehingga saya ingin menaruh komentar pada konten tersebut.

Tabel 4. 7

pernah menaruh komentar pada postingan Bittersweet by Najla

N = 100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	18	18%
2	Setuju	37	37%
3	Tidak Setuju	38	38%
4	Sangat Tidak Setuju	7	7%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 18 orang (18%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 37 orang (37%) menyatakan setuju, 38 orang (38%) tidak setuju dan 7 orang (7%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 37 orang dengan persentase 37% menyatakan setuju dengan pernyataan saya pernah menaruh komentar pada postingan Bittersweet by Najla.

Tabel 4. 8

Merasa tertarik dengan postingan Bittersweet by Najla sehingga saya mengikuti akun Bittersweet by Najla agar mendapatkan informasi terbaru tentang Bittersweet by Najla

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	19	19%
2	Setuju	58	58%
3	Tidak Setuju	19	19%
4	Sangat Tidak Setuju	4	4%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 19 orang (19%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 58 orang (58%) menyatakan setuju, 19 orang (19%) tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 58 orang dengan persentase 58% menyatakan setuju dengan pernyataan saya tertarik dengan postingan Bittersweet by Najla sehingga saya mengikuti akun Bittersweet by Najla agar mendapatkan informasi terbaru tentang Bittersweet by Najla.

Tabel 4. 9

Mengetahui produk bittersweet by najla dari TikTok

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	42	42%
3	Tidak Setuju	25	25%
4	Sangat Tidak Setuju	9	9%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 24 orang (24%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 42 orang (42%) menyatakan setuju, 25 orang (25%) tidak setuju dan 9 orang (9%) menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 42 orang dengan persentase 42% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mengetahui produk Bittersweet by Najla dari TikTok.

Tabel 4. 10

Mengenal Bittersweet by Najla karena konten dessert box dengan topping yang berlimpah

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	47	47%
2	Setuju	50	50%
3	Tidak Setuju	2	2%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Jumlah	100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 47 orang (47%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 50 orang (50%) menyatakan setuju, 2 orang (2%) tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 50 orang dengan persentase 50% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mengenali Bittersweet by Najla karena konten dessert box dengan topping yang melimpah.

Tabel 4. 11

Konten Bittersweet by Najla menarik perhatian saya sehingga saya ingat dengan Bittersweet by Najla

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	28	28%
2	Setuju	65	65%
3	Tidak Setuju	5	5%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 28 orang (28%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 65 orang (65%) menyatakan setuju, 5 orang (5%) tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 65 orang dengan persentase 65% menyatakan setuju dengan pernyataan Konten Bittersweet by Najla menarik sehingga saya ingat dengan Bittersweet by Najla.

Tabel 4. 12
Ketika menginginkan dessert box maka saya akan langsung
mengingat
N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	50	50%
3	Tidak Setuju	8	8%
4	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 39 orang (39%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 50 orang (50%) menyatakan setuju, 8 orang (8%) tidak setuju dan 3 orang (3%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 50 orang dengan persentase 50% menyatakan setuju

dengan pernyataan ketika menginginkan *dessert box* saya akan langsung mengingat Bittersweet by Najla.

Tabel 4. 13
Bittersweet by Nala sering melakukan give away di sosial medianya
N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	54	54%
2	Setuju	34	34%
3	Tidak Setuju	11	11%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 54 orang (54%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 34 orang (34%) menyatakan setuju, 11 orang (11%) tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 54 orang dengan persentase 54% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan Bittersweet by Najla sering melakukan *give away* di sosial medianya.

Tabel 4. 14
Pernah memberikan komentar atau like pada postingan
Bittersweet by
N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	20	20%
2	Setuju	65	65%
3	Tidak Setuju	11	11%
4	Sangat Tidak Setuju	4	4%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 20 orang (20%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 65 orang (65%) menyatakan setuju, 11 orang (11%) tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 65 orang dengan persentase 65% menyatakan setuju dengan pernyataan saya pernah memberikan komentar atau like pada postingan Bittersweet by Najla

Tabel 4. 15
Bittersweet by Najla sering melakukan interaksi dengan
followersnya
N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	27	27%
2	Setuju	64	64%
3	Tidak Setuju	9	9%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 27 orang (27%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 64 orang (64%) menyatakan setuju, 9 orang (%) tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 64 orang dengan persentase 64% menyatakan setuju dengan pernyataan Bittersweet by Najla sering melakukan interaksi dengan followersnya.

Tabel 4. 16
Bittersweet by Najla sering menyapa followersnya
N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	27	27%

2	Setuju	70	70%
3	Tidak Setuju	3	3%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 27 orang (27%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 70 orang (70%) menyatakan setuju, 3 orang (3%) tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 70 orang dengan persentase 70% menyatakan setuju dengan pernyataan Bittersweet by Najla sering menyapa followersnya.

2. . Analisis Responden Brand Awareness

Tabel 4. 17

Sebelum adanya aplikasi TikTok saya tidak mengetahui Bittersweet by Najla

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	13	13%
2	Setuju	34	34%
3	Tidak Setuju	41	41%

4	Sangat Tidak Setuju	12	12%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 13 orang (13%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 34 orang (34%) menyatakan setuju, 41 orang (41%) tidak setuju dan 12 orang (12%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 41 orang dengan persentase 41% menyatakan tidak setuju dengan pernyataan sebelum adanya aplikasi TikTok saya tidak mengetahui Bittersweet by Najla.

Tabel 4. 18

Tidak pernah mendengar Bittersweet by Najla

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	9	9%
2	Setuju	19	19%
3	Tidak Setuju	44	44%
4	Sangat Tidak Setuju	28	28%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 9 orang (9%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 19 orang (19%) menyatakan

setuju, 44 orang (44%) tidak setuju dan 28 orang (28%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 44 orang dengan persentase 44% menyatakan tidak setuju dengan pernyataan saya tidak pernah mendengar Bittersweet by Najla.

Tabel 4. 19
Merasa ragu telah mengenal Bittersweet by Najla

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	57	57%
2	Setuju	15	15%
3	Tidak Setuju	57	57%
4	Sangat Tidak Setuju	22	22%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 57 orang (57%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 15 orang (15%) menyatakan setuju, 57 orang (57%) tidak setuju dan 22 orang (22%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 57 orang dengan persentase 65% menyatakan setuju dan 57 orang dengan presentase 57% juga menyatakan Tidak setuju saya merasa ragu telah mengenal Bittersweet by Najla

Tabel 4. 20
Saya merasa asing dengan logo Bittersweet by Najla

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
-----------	----------------------	------------------	-------------------

1	Sangat Setuju	11	11%
2	Setuju	10	10%
3	Tidak Setuju	66	66%
4	Sangat Tidak Setuju	13	13%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 11 orang (11%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 10 orang (10%) menyatakan setuju, 66 orang (66%) tidak setuju dan 13 orang (13%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 66 orang dengan persentase 66% menyatakan tidak setuju dengan pernyataan saya merasa asing dengan logo Bittersweet by Najla.

Tabel 4. 21
mengenali Bittersweet by Najla melalui orang terdekat

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	28	28%
2	Setuju	56	56%
3	Tidak Setuju	13	13%
4	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 28 orang (28%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 56 orang (56%) menyatakan setuju, 13 orang (13%) tidak setuju dan 3 orang (3%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 56 orang dengan persentase 56% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mengenali Bittersweet by Najla melalui orang terdekat saya (keluarga, saudara, teman).

Tabel 4. 22

**Mengenali Bittersweet by Nala ketika sedang membicarakan
dessert box
N=100**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	66	66%
2	Setuju	25	25%
3	Tidak Setuju	6	6%
4	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 66 orang (66%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 25 orang (25%) menyatakan setuju, 6 orang (6%) tidak setuju dan 3 orang (3%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 66 orang dengan persentase 66% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan saya mengenali Bittersweet by Najla ketika sedang membicarakan *dessert box*.

Tabel 4. 22

Saya mengenali produk Bittersweet by Najla ketika melihat logo
N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	26	26%
2	Setuju	60	60%
3	Tidak Setuju	10	10%
4	Sangat Tidak Setuju	4	4%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 26 orang (26%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 60 orang (60%) menyatakan setuju, 10 orang (10%) tidak setuju dan 4 orang (4%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 60 orang dengan persentase 60% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mengenali produk Bittersweet by Najla ketika melihat logo Bittersweet by Najla.

Tabel 4. 23
Saya mengenali Bittersweet by Najla sebagai brand dessert box

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	43	43%
2	Setuju	53	53%
3	Tidak Setuju	2	2%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 43 orang (43%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 53 orang (53%) menyatakan setuju, 2 orang (2%) tidak setuju dan 2 orang (2%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 53 orang dengan persentase 53% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mengenali Bittersweet by Najla sebagai *brand dessert box*.

Tabel 4. 24
Saya mengenali Bittersweet by Najla melalui sosial media

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	43	43%
2	Setuju	51	51%
3	Tidak Setuju	3	3%
4	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 43 orang (43%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 51 orang (51%) menyatakan setuju, 3 orang (3%) tidak setuju dan 3 orang (3%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 51 orang dengan persentase 51% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mengenali Bittersweet by Najla melalui sosial media.

Tabel 4. 25
Saya akan mengingat Bittersweet by Najla ketika mencari dessert box

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	37	37%

2	Setuju	58	58%
3	Tidak Setuju	4	4%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 37 orang (37%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 58 orang (58%) menyatakan setuju, 4 orang (4%) tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 58 orang dengan persentase 58% menyatakan setuju dengan pernyataan saya akan mengingat Bittersweet by Najla ketika mencari *dessert box*.

Tabel 4. 26

Saya dapat mencari produk Bittersweet by Najla dengan mudah (Baik melalui offline store atau delivery food)

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	41	41%
2	Setuju	55	55%
3	Tidak Setuju	3	3%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 41 orang (41%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 55 orang (55%) menyatakan setuju, 3 orang (3%) tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 55 orang dengan persentase 55% menyatakan setuju dengan pernyataan saya dapat mencari produk Bittersweet by Najla dengan mudah (baik di *offline store* atau *dilevery food*).

Tabel 4. 27

**Saya memilih Bittersweet by Najla dibandingkan dengan brand lain
dikategori brand dessert box**

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	25	25%
2	Setuju	61	61%
3	Tidak Setuju	13	13%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 25 orang (25%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 61 orang (61%)

menyatakan setuju, 13 orang (13%) tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 61 orang dengan persentase 61% menyatakan setuju dengan pernyataan saya memilih Bittersweet by Najla dibandingkan *brand* lain dikategori *brand dessert box*.

Tabel 4. 28

Saya mengenal packaging dari Bittersweet by Najla

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	32	32%
2	Setuju	62	62%
3	Tidak Setuju	5	5%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 32 orang (32%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 62 orang (62%) menyatakan setuju, 5 orang (5%) tidak setuju dan 1 orang (1%) menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 62 orang dengan persentase 62% menyatakan setuju dengan pernyataan saya mengenal packaging Bittersweet by Najla.

Tabel 4. 29
Bittersweet by Najla adalah brand populer sehingga saya tertarik
untuk membelinya

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	35	35%
2	Setuju	62	62%
3	Tidak Setuju	3	3%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 35 orang (35%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 62 orang (62%) menyatakan setuju, 3 orang (3%) tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 62 orang dengan persentase 62% menyatakan setuju dengan pernyataan Bittersweet by Najla adalah *brand* terkenal sehingga saya tertarik untuk membelinya.

Tabel 4. 30
Saya membicarakan Bittersweet by Najla ketika ada yang bertanya
tentang produk dessert box

N=100

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Sangat Setuju	34	34%
2	Setuju	60	60%
3	Tidak Setuju	5	5%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

(Sumber : Hasil Penelitian Pada Bulan Juli 2022)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa sebanyak 34 orang (34%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 60 orang (60%) menyatakan setuju, 5 orang (5%) tidak setuju dan 1 orang (1%) yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 60 orang dengan persentase 60% menyatakan setuju dengan pernyataan Bittersweet by Najla adalah *brand* terkenal sehingga saya tertarik untuk membelinya.

4. Rekapitulasi Hasil

Berikut adalah hasil rekapitulasi pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel x, yaitu pengaruh media sosial berdasarkan tabel berikut.

Tabel 4. 31
Rekapitulasi Variabel X
(Sosial Media)

NO	Pernyataan	Mean
1	X1	2,99
2	X2	2,96
3	X3	2,92
4	X4	2,64
5	X5	2,84
6	X6	3,43
7	X7	3,19
8	X8	3,27
9	X9	3,12
10	X10	3,01
11	X11	3,18
12	X12	3,24
	Jumlah	36,79
	Rata-Rata	5,66

(Sumber : Hasil Penelitian Juli 2022)

Secara keseluruhan responden menilai bahwa Pengaruh Media Sosial (Variabel X) yaitu cukup tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada pengaruh media sosial (Variabel X) sebesar 5,66.

Berikut adalah hasil rekapitulasi pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel Y, yaitu Brand Awareness berdasarkan tabel berikut.

Tabel 4. 32
Rekapitulasi Variabel Y (Brand Awareness)

NO	Pernyataan	Mean
1	Y1	2,45
2	Y2	2,09
3	Y3	2,06
4	Y4	2,16
5	Y5	3,11
6	Y6	3,13
7	Y7	3,06
8	Y8	3,37
9	Y9	3,32
10	Y10	3,3
11	Y11	3,35
12	Y12	3,1
13	Y13	3,25
14	Y14	3,32
15	Y15	3,27
	Jumlah	44,34
	Mean	2,956

--	--	--

(Sumber : hasil penelitian Juli 2022)

Secara keseluruhan responden menilai bahwa Brand Awareness (Variabel Y) yaitu cukup tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada Promosi Penjualan (Variabel X) sebesar 2,956

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi linear sederhana dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel X (Media Sosial)

dan variabel y (*Brand awareness*). Berikut data hasil dari pengolahan SPSS (Statistic Package for Social Science) versi 25 for windows

Tabel 4. 33
Uji determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 ^a	0,530	0,525	3,830
a. Predictors: (Constant), SM				

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 25

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependent (Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel Pengaruh Media Sosial terhadap Brand Awareness sebesar 0,728 yang artinya variabel Media Sosial berpengaruh kuat dengan keputusan pembelian. Hal tersebut dapat diketahui dari:

- a. 0,00 – 0,20 = sangat rendah atau sangat lemah
- b. 0,20 – 0,40 = rendah atau lemah
- c. 0,40 – 0,70 = cukup atau sedang
- d. 0,70 – 0,90 = tinggi atau kuat
- e. 0,90 – 1,00 = sangat tinggi atau sangat kuat

Sedangkan R square (koefisien determinasi) dapat dibaca bahwa nilai R Square sebesar 0,530. Angka tersebut dapat dikatakan bahwa pengaruh media sosial TikTok terhadap brand awareness adalah sebesar 53% sementara sisanya 47% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Artinya Media Sosial TikTok berpengaruh kuat pada *Brand awareness* .

Tabel 4. 34
Coefficients

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	2,053	3,333		0,616	0,539
	SM	0,785	0,075	0,728	10,517	0,000
a.	Dependent Variable:					
	BA					

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Keterangan persamaan regresi :

$Y = a + bX$ Diketahui :

Y : Brand Awereness X : Media Sosial

a : angka konstan pada penelitian ini sebesar 2,053 b : angka koefisiensi pada penelitian ini sebesar 0,785

Berdasarkan keterangan persamaan regresi linear sederhana diatas maka persamaan regresinya menjadi $2,053 + 0,785 X$. Apabila nilai $X = 0$ maka $Y = 2,053$, dan jika $X = 1$ maka $Y = 2,838$.

6. Koefisien Regresi

Analisis uji regresi dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu Media Sosial terhadap variabel dependent (Y) yaitu *Brand Awareness* yang diuji pada tingkat signifikansi 0,1 dan derajat kebebasan $n-2$ yang dihitung menggunakan rumus uji t.

- Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ H_0 ditolak dan H_a diterima (ada pengaruh)
- Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak ada pengaruh)

Rumus uji t:

Keterangan : r = koefisiensi korelasi antara X dan Y (dalam penelitian 0,728) n = jumlah sample (dalam penelitian ini 100)
maka perhitungannya adalah : $t = 0.728$

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,728\sqrt{100-2}}{\sqrt{(1-0,728)^2}}$$

$$t = \frac{0,728\sqrt{98}}{\sqrt{(1-0,728)^2}}$$

$$t = \frac{0,728 \times 9,899}{\sqrt{0,272^2}}$$

$$t = \frac{7,206}{0,521}$$

$$t = 13,831$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan, nilai t hitung yaitu 13,831. Sedangkan dengan nilai t table dengan taraf kepercayaan 90% atau nilai signifikansi 10% dapat dicari sesuai dengan jumlah responden. Dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 100, maka derajat bebasnya (df) $n - 2 = 100 - 2 = 98$. Dengan derajat kebebasan 98 dan tingkat signifikansi 10% maka didapatkan t-hitung 13,831 dan t-tabel 1,654. Karena nilai t-hitung $13,831 > t$ -tabel 1,654 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara media sosial TikTok dengan brand awareness Bittersweet by Najla.

Tabel 4. 35
ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1622,803	1	1622,803	110,613	.000 ^b
	Residual	1437,757	98	14,671		
	Total	3060,560	99			
a.	Dependent Variable:					
	BA					
b.	Predictors:					
	(Constant), SM					

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Berdasarkan tabel Anova diatas dapat dilihat hasil angka F sebesar 110,613 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 karena angka probabilitas $0,000 < 0,05$, maka

modelregresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi pengaruh media sosial TikTok Terhadap *brand awareness* Bittersweet by Najla.

7. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang membahas tentang keterkaitan antara dua variabel yaitu media sosial TikTok terhadap brand awareness Bittersweet by Najla , dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki 100 responden yang merupakan pengguna aktif Media Sosial TikTok. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dan analisis data dapat dijelaskan bahwa responden laki-laki sebesar 35% dan responden perempuan sebesar 65%

Berdasarkan dari teori yang digunakan untuk mengukur *brand awareness* memiliki dimensi yaitu: *Social presence*, *Media richness*, *Self disclosure*. Dari dimensi-dimensi yang ada dapat diketahui mayoritas responden merespon dengan positif dari pernyataan yang telah diajukan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari jawaban responden pada variabel X sebesar 5,66 seperti yang telah dijelaskan pada tabel 4.31. Selain itu hasil penelitian dari variabel Y yaitu keputusan pembelian mendapatkan respon yang positif juga dengan nilai rata-rata 2,956 . Hal ini selaras dengan dimensi Brand Awareness (Rangkuti 2009:40) yang meliputi *Brand unaware*, *Brand Recognition*, *Brand recall*, *Top of Mind*

Berdasarkan perhitungan SPSS hasil uji korelasi untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel yaitu variabel X pengaruh media sosial TikTok dan variabel Y brand awareness Bittersweet by Najla dengan hasil sebesar 0,728 yang dimana hal ini berarti media sosial TikTok memiliki pengaruh yang kuat terhadap brand awareness Bittersweet by Najla

Selain itu, perhitungan R square atau koefisien determinasi sebesar 0.530 yang artinya variabel X yaitu media sosial TikTok mempengaruhi variabel Y brand awareness Bittersweet by Najla sebesar 53% dan sisanya 47% dipengaruhi oleh faktor lain dari luar penelitian ini. Hasil dari uji hipotesis diperoleh t-hitung = 13,831 dengan $df = 100 - 2 = 98$ dan t-tabel = 1,654. Karena t-hitung (13,831) > t-tabel (1,654) maka H_0 ditolak dan

Ha diterima. Dengan demikian, terdapat pengaruh antara Media Sosial TikTok terhadap Brand Awareness Bittersweet by Najla