

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Shopee merupakan situs belanja online yang dapat diakses melalui website atau aplikasi sebagai perusahaan yang bergerak dibidang website dan aplikasi e-commerce secara online, Shopee memberikan pengalaman belanja online yang mudah, aman, dan cepat melalui pembayaran dan dukungan pemenuhan yang kuat bagi pelanggan. Shopee percaya belanja online harus dapat diakses, mudah dan menyenangkan yang dapat diakses melalui smartphone, baik itu menggunakan aplikasi maupun mengunjungi website Shopee.

Shopee memanfaatkan berbagai macam media sosial salah satunya seperti instagram dengan pengikut sebanyak 8,7 juta dan postingan yang di upload sebanyak 14,1 ribu postingan. Terlihat shopee mengupload disegala fitur yang tersedia di Instagram seperti Feeds, Story, dan IGTV. Berbagai macam informasi disampaikan seperti membagikan tips and trick, promo menarik, pengetahuan umum, kampanye, acara festival dan masih banyak lagi. Shopee memanfaatkan fitur di dalam instagram untuk dapat menarik perhatiannya kepada konsumen.

Sama halnya dengan situs belanja online lain, Shopee berusaha menciptakan platform yang dapat memfasilitasi bertemunya antara konsumen dan produsen, yang setelah itu bias ciptakan pengalaman berbelanja yang santai dan menyenangkan, dengan memanfaatkan dan menggunakan kemajuan teknologi.

Gambar 4.1 Instagram Shopee



Sumber : instagram @Shopee\_id

## B. Deskripsi Hasil Penelitian

### 1. Identitas Responden

Pada penelitian ini terdapat 100 responden yang memenuhi karakteristik dalam pengisian kuesioner. Untuk mengetahui hasil dari responden, maka peneliti akan membagi beberapa identitas responden sebagai berikut:

#### a. Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin**  
**N: 100**

Jenis kelamin	frekuensi	Presentase(%)
Perempuan	63	63%
Laki-laki	37	37%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Tabel 4.1 di atas memperlihatkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah Perempuan sebanyak 63 orang atau 63% sedangkan dengan responden laki – laki yaitu 37 orang atau 37%.

**b. Usia**

**Tabel 4.2**

**Usia**

**N: 100**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
15-20	10	10%
21-25	74	74%
26-30	12	12%
31-35	4	4%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Tabel 4.2 di atas memperlihatkan bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini berusia 15-20 tahun yaitu 10 orang atau 10%, responden berusia 21-25 tahun yaitu 74 orang atau 74%, responden berusia 26-30 tahun yaitu 12 orang atau 12%, responden 31-35 yaitu 4 orang atau 4%.

**c. Status Sosial**

**Tabel 4.3**

**Status Sosial**

**N: 100**

<b>Status sosial</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Pelajar/Mahasiswa	55	55%
Karyawan	28	28%

Wiraswasta	8	8%
Ibu Rumah Tangga	4	4%
Lainnya	5	5%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Tabel 4.3 di atas memperlihatkan bahwa status sosial terbanyak adalah pelajar atau mahasiswa sebesar 55 orang atau 55%, karyawan sebesar 28 orang atau 28%, wiraswasta sebesar 8 orang atau 8%, ibu rumah tangga sebesar 4 orang atau 4% dan untuk lainnya sebesar 5 orang atau 5%.

## 2. Pernyataan Pesan Kampanye

### a. Kognitif

**Tabel 4.4**

**Pesan kampanye #BelanjaDariRumah mengajak masyarakat untuk menjalankan social distancing**

**N: 100**

<b>Pernyataan 1</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	58	58%
Setuju	42	42%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.4, menunjukan bahwa sebanyak 58 orang atau 58% menyatakan sangat setuju, 42 orang atau 42% mengatakan setuju, sedangkan tidak

ada seorangpun yang mengatakan tidak setuju dan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram Shopee mengajak masyarakat untuk menjalankan social distancing.

**Tabel 4.5**

**mengajak masyarakat belanja dari rumah agar para gradua shopee yang menjaga stock kebutuhan dan mengantar barang untuk anda**  
**N : 100**

<b>Pernyataan 2</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	44	44%
Setuju	55	55%
Tidak setuju	1	1%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.5, menunjukan bahwa sebanyak 44 orang atau 44% menyatakan sangat setuju, 55 orang atau 55% mengatakan setuju, 1 orang atau 1% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwapesan kampanye #BelanjaDariRumah di

instagram Shopee mengajak masyarakat belanja dari rumah agar para gradua shopee yang menjaga stock kebutuhan dan mengantar barang untuk anda.

**Tabel 4.6**

**Pesan kampanye #BelanjaDariRumah dapat memenuhi kebutuhan dengan mudah dan lengkap jadi tidak perlu keluar rumah**

**N : 100**

<b>Pernyataan 3</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	48	48%
Setuju	51	51%
Tidak setuju	1	1%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.6, menunjukan bahwa sebanyak 48 orang atau 48% menyatakan sangat setuju, 51 orang atau 51% mengatakan setuju, 1 orang atau 1% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwapesan kampanye #BelanjaDariRumah dapat memenuhi kebutuhan sehari - hari dari obat - obatan hingga keperluan rumah tangga dengan mudah dan lengkap ada di Shopee jadi tidak perlu keluar rumah.

**Tabel 4.7**

**Pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram Shopee ikut membantu pemerintah dalam menekan angka penyebaran Covid-19**

**N : 100**

<b>Pernyataan 4</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
---------------------	------------------	-------------------

Sangat setuju	42	42%
Setuju	58	58%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.7, menunjukan bahwa sebanyak 42 orang atau 42% menyatakan sangat setuju, 58 orang atau 58% mengatakan setuju, sedangkan tidak ada seorangpun yang mengatakan tidak setuju dan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwapesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram Shopee ikut membantu pemerintah dalam menekan angka penyebaran Covid-19.

#### **b. Afektif**

**Tabel 4.8**

**Pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram Shopee mengajak masyarakat untuk memanfaatkan teknologi e-commerce**

**N : 100**

<b>Pernyataan 5</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	55	55%
Setuju	44	44%
Tidak setuju	1	1%

Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.8, menunjukan bahwa sebanyak 55 orang atau 55% menyatakan sangat setuju, 44 orang atau 44% mengatakan setuju, 1 orang atau 1% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwapesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram Shopee mengajak masyarakat untuk memanfaatkan teknologi e-commerce dalam memenuhi kebutuhan sehari – hari.

**Tabel 4.9**

**Pesan Kampanye #BelanjaDariRumah ini diharapkan masyarakat Indonesia bisa lebih peduli terhadap penyebaran virus Covid-19**

**N : 100**

<b>Pernyataan 6</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	54	54%
Setuju	46	46%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.9, menunjukan bahwa sebanyak 54 orang atau 54% menyatakan sangat setuju, 46 orang atau 46% mengatakan setuju, sedangkan tidak ada seorangpun yang mengatakan tidak setuju dan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwaengan adanya pesan kampanye

#BelanjaDariRumah ini diharapkan masyarakat Indonesia bisa lebih peduli terhadap penularan dan penyebaran virus Covid-19.

**Tabel 4.10**

**Dalam pesan kampanye #BelanjaDariRumah saya mengajak keluarga, saudara, dan kerabat dekat saya agar lebih peduli dengan sesama**

**N : 100**

<b>Pernyataan 7</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	50	50%
Setuju	47	47%
Tidak setuju	3	3%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.10, menunjukan bahwa sebanyak 50 orang atau 50% menyatakan sangat setuju, 47 orang atau 47% mengatakan setuju, 3 orang atau 3% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa dalam pesan kampanye #BelanjaDariRumah saya mengajak keluarga, saudara, dan kerabat dekat saya agar lebih peduli dengan sesama untuk tetap dirumah saja

**Tabel 4.11**

**Saya ikut membagikan postingan di instagram pesan kampanye  
#BelanjaDariRumah kepada followers pribadi saya  
N : 100**

<b>Pernyataan 8</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	39	39%
Setuju	53	53%
Tidak setuju	8	8%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.11, menunjukan bahwa sebanyak 39 orang atau 39% menyatakan sangat setuju, 53 orang atau 53% mengatakan setuju, 8 orang atau 8% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwasaya ikut membagikan postingan di instagram pesan kampanye #BelanjaDariRumah kepada followers pribadi saya.

**c. Konatif**

**Tabel 4.12**

**Saya ikut turut serta melakukan pesan kampanye  
#BelanjaDariRumah untuk beraktivitas dan berbelanja dari rumah saja  
N : 100**

<b>Pernyataan 9</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	52	52%
Setuju	47	47%

Tidak setuju	1	1%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.12, menunjukan bahwa sebanyak 52 orang atau 52% menyatakan sangat setuju, 47 orang atau 47% mengatakan setuju, 1 orang atau 1% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwasaya ikut turut serta melakukan pesan kampanye #BelanjaDariRumah untuk beraktivitas dan berbelanja dari rumah saja.

**Tabel 4.13**

**Melalui pesan kampanye #BelanjaDariRumah saya ikut menghimbau masyarakat disekitar saya agar meminimalisir aktivitas diluar rumah**

**N : 100**

<b>Pernyataan 10</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	53	53%
Setuju	44	44%
Tidak setuju	3	3%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.13, menunjukan bahwa sebanyak 53 orang atau 53% menyatakan sangat setuju, 46 orang atau 46% mengatakan setuju, 1 orang atau 1% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang

menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwamelalui pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram saya ikut menghimbau keluarga, kerabat dan masyarakat disekitar saya agar meminimalisir aktivitas diluar rumah.

### 3. Pernyataan Variabel Y (*Brand Image*)

#### a. *Recognition*

**Tabel 4.14**

**Saya mengenali pesan kampanye #BelanjaDariRumah milik Shopee Indonesia dengan ciri khasnya logo, design dan warna yang digunakan**

**N : 100**

<b>Pernyataan 11</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	62	62%
Setuju	37	37%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.14, menunjukan bahwa sebanyak 65 orang atau 65% menyatakan sangat setuju, 33 orang atau 33% mengatakan setuju, sedangkan tidak ada yang mengatakan tidak setuju, dan 1 orang atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwasaya mengenali pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram

milik Shopee Indonesia dengan ciri khasnya logo, design dan warna yang digunakan dalam pesan kampanye.

**Tabel 4.15**

**Saya tertarik dengan pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram karena pesan kampanye tersebut milik Shopee**

**N : 100**

<b>Pernyataan 12</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	39	39%
Setuju	59	59%
Tidak setuju	2	2%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.15, menunjukan bahwa sebanyak 39 orang atau 39% menyatakan sangat setuju, 59 orang atau 59% mengatakan setuju, 2 orang atau 2% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwa Saya tertarik dengan pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram karena pesan kampanye tersebut milik Shopee

**Tabel 4.16**

**Saya mengetahui pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram dan ikut berbelanja pada e-commerce Shopee**

**N : 100**

<b>Pernyataan 13</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	49	49%
Setuju	50	50%

Tidak setuju	1	1%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.16, menunjukan bahwa sebanyak 49 orang atau 49% menyatakan sangat setuju, 50 orang atau 50% mengatakan setuju, 1 orang atau 1% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwasaya mengetahui pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram dan ikut berbelanja pada e-commerce Shopee.

#### **b. Reputation**

**Tabel 4.17**

**Saya selalu ingat saat ingin berbelanja online untuk membeli kebutuhan berbelanja melalui e-commerce Shopee**

**N : 100**

<b>Pernyataan 14</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	44	44%
Setuju	55	55%
Tidak setuju	1	1%
Sangat tidak setuju	-	-

<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.17, menunjukan bahwa sebanyak 44 orang atau 44% menyatakan sangat setuju, 55 orang atau 55% mengatakan setuju, 1 orang atau 1% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwasaya selalu ingat saat ingin berbelanja online untuk membeli kebutuhan rumah tangga atau kebutuhan yang lainnya saya berbelanja melalui e-commerce Shopee.

**Tabel 4.18**

**Saya mengetahui bahwa Shopee merupakan platform belanja online di Indonesia yang ikut hadir turun tangan dalam menghadapi solusi kondisi pandemi**

**N : 100**

<b>Pernyataan 15</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	55	55%
Setuju	44	44%
Tidak setuju	1	1%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.18, menunjukan bahwa sebanyak 55 orang atau 55% menyatakan sangat setuju, 44 orang atau 44% mengatakan setuju, 1 orang atau 1% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwasaya mengetahui bahwa Shopee merupakan platform belanja online di Indonesia yang ikut hadir turun tangan dalam menghadapi solusi kondisi pandemi.

**Tabel 4.19**

**saya tidak khawatir lagi untuk tetap berada dirumah saja karena semua kebutuhan apapun dapat mudah dicari melalui e-commerce Shopee**

**N : 100**

<b>Pernyataan 16</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	50	50%
Setuju	49	49%
Tidak setuju	1	1%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.19, menunjukan bahwa sebanyak 50 orang atau 50% menyatakan sangat setuju, 49 orang atau 49% mengatakan setuju, 1 orang atau 1% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwapesan kampanye #BelanjaDariRumah ini membawa dampak yang baik saya tidak khawatir lagi untuk tetap berada dirumah saja karena semua kebutuhan apapun dapat mudah dicari melalui e-commerce Shopee

**Tabel 4.20**

**Menurut saya pesan kampanye #BelanjaDariRumah ini memiliki banyak makna positif ditengah kondisi pandemi ini**

**N : 100**

<b>Pernyataan 17</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	46	46%
Setuju	54	54%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.20, menunjukan bahwa sebanyak 46 orang atau 46% menyatakan sangat setuju, 54 orang atau 54% mengatakan setuju, sedangkan tidak ada seorangpun yang mengatakan tidak setuju dan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwamenurut saya pesan kampanye #BelanjaDariRumah ini memiliki banyak makna positif ditengah kondisi pandemi ini.

**c. *Affinity***

**Tabel 4.21**

**Saya mendukung pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram untuk melakukan aktivitas dirumah saja**

**N : 100**

<b>Pernyataan 18</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	51	51%
Setuju	49	49%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.21, menunjukan bahwa sebanyak 51 orang atau 51% menyatakan sangat setuju, 49 orang atau 49% mengatakan setuju, sedangkan tidak ada seorangpun yang mengatakan tidak setuju dan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwasaya mendukung pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram untuk melakukan aktivitas dirumah saja.

**Tabel 4.22**

**Saya juga mendapatkan hal informatif seputar Covid-19 selama kampanye #BelanjaDariRumah diadakan**

**N : 100**

<b>Pernyataan 19</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sangat setuju	50	50%
Setuju	47	47%
Tidak setuju	3	3%
Sangat tidak setuju	-	-
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dapat dilihat di tabel 4.19, menunjukan bahwa sebanyak 50 orang atau 50% menyatakan sangat setuju, 47 orang atau 47% mengatakan setuju, 3 orang atau 3% mengatakan tidak setuju, sedangkan tidak ada satu pun responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Sehingga dapat di simpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju bahwasaya juga mendapatkan hal informatif seputar Covid-19 selama kampanye #BelanjaDariRumah diadakan.

#### **4. Rekapitulasi Hasil**

Berikut merupakan rekapitulasi hasil data pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel x yakni pengaruh pesan kampanye #BelanjaDariRumah di Instagram terhadap brand image Shopee berdasarkan tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.23**

**Rekapitulasi Hasil Pengembangan Variabel X (Pesan Kampanye)**

No	Pernyataan	Mean
1.	X1	3,58
2.	X2	3,43
3	X3	3,47
4	X4	3,42
5	X5	3,54
6	X6	3,54
7	X7	3,47
8	X8	3,31
9	X9	3,51
10	X10	3,49
Jumlah		34,76
Nilai rata rata		3,47

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Di tabel 4.23 di atas dapat dilihat rekapitulasi hasil pengembangan variabel x pesan kampanye #BelanjaDariRumah di Instagram tergolong tinggi dengan hasil rata rata (mean) sebesar 3,47.

**Tabel 4.24**

**Rekapitulasi Hasil Pengembangan Variabel Y (*Brand Image*)**

No	Pernyataan	Mean
1	Y1	3,6
2	Y2	3,36
3	Y3	3,48
4	Y4	3,43
5	Y5	3,54
6	Y6	3,49
7	Y7	3,46
8	Y8	3,51
9	Y9	3,47
<b>Jumlah</b>		31,34
<b>Nilai rata rata</b>		3,48

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Di tabel 4.24 di atas dapat dilihat rekapitulasi hasil pengembangan variabel ybrand image shopee tergolong tinggi dengan hasil rata rata (mean) sebesar 3,48.

**5. Uji Regresi Linear Sederhana**

**Tabel 4.25**

**Uji Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 <sup>a</sup>	.495	.490	1.88355

a. Predictors: (Constant), Pesan Kampanye

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 25

Analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kasual satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependent(Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel pesan kampanye terhadap brand image sebesar 0,704 artinya hubungan atau korelasi antara variabel pesan kampanye berpengaruh kuat dengan brand image

Sedangkan R square disebut juga dengan koefisien determinasi, dapat dibaca bahwa nilai R square menunjukkan angka sebesar 0,495. Angka tersebut dapat dikatakan bahwa pengaruh konten instagram terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 49,5%. Sementara sisanya 50,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini,

**Tabel 4.26**

**Analisis Regresi Linear Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	9.412	2.245		4.192	.000
	Pesan Kampanye	.631	.064	.704	9.800	.000

a. Dependent Variable: Brand Image

Sumber: hasil Hasil Perhitungan SPSS 25

Pada analisis linear sederhana dapat dilihat koefesiem konstanta dan koefesien variabel yang terdapat di tabel *Unstandardized Coefficients B*. Persamaan Regresi Linear Sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

keterangan:

y: keputusan pembelian

x: konten instagram

a: angka konstan dari *Unstandardized Coefficients* yang ada dalam penelitian adalah sebesar 9,412

b: angka koefesien regresi sebesar 0,631

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila  $X=0$  maka  $Y=9,412$  dan jika  $X=1$  maka  $Y=10,043$ . Artinya, setiap peningkatan variabel (X) yaitu Pesan Kampanye #BelanjaDariRumah di instagram sebesar 1, akan meningkatkan variabel Y yaitu *Brand Image* Shopee sebesar 10,043.

## 6. Uji T

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari hasil penelitian antara hubungan variabel (X) yaitu pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram terhadap variabel (Y) *Brand Image* yang akan di uji t dengan rumus berikut :

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

Keterangan:

r: koefisien korelasi antara x dan y

n: jumlah sampel

Maka dengan ini sebagai berikut :

Jika t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima( ada pengaruh)

Jika t hitung < t tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak (tidak ada pengaruh)

Diketahui:

$$n = 100$$

$$r = 0,704$$

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

$$t = \frac{0,704\sqrt{(100-2)}}{\sqrt{(1-0,704^2)}}$$

$$t = \frac{0,704\sqrt{(98)}}{\sqrt{(1-0,495)}}$$

$$t = \frac{0,704 \times 9,899}{\sqrt{0,504}}$$

$$t = \frac{6,968}{0,709} = 9,828$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas yang telah dilakukan nilai  $t_{hitung}$  yaitu 9,828 dan  $t_{tabel}$  1,660 dengan nilai signifikansi 5% dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n, hal ini menunjukkan ada pengaruh antara pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram (X) yang berarti signifikansi terhadap *brand image* Shopee (Y). Karena t hitung > t tabel (9,828 > 1,660), maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti koefisien regresi signifikansi yaitu terdapat adanya

pengaruh antara pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram terhadap *brand image* Shopee.

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	340.761	1	340.761	96.050	.000 <sup>b</sup>
	Residual	347.679	98	3.548		
	Total	688.440	99			

a. Dependent Variable: Brand Image

b. Predictors: (Constant), Pesan Kampanye

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS 25

Dari tabel di atas uji ANOVA menghasilkan angka f sebesar 96,050 dengan nilai tingkat signifikansi sebesar 0.000 karena angka probabilitas  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi pengaruh pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram terhadap *brand image* Shopee.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini membahas keterkaitan antara dua variabel yakni pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram dan *brand image* Shopee. Dalam penelitian ini yang dilakukan kepada 100 responden berdasarkan karakteristik yang mengikuti @shopee\_id dan yang mengetahui pesan kampanye

#BelanjaDariRumah, berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dapat diketahui bahwa mayoritas dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 63 orang (pada tabel 4.1) dan mayoritas responden berusia 21 – 25 tahun sebanyak 74 orang (tabel 4.2). Identitas responden lainnya dapat dilihat dari pekerjaan yang mayoritas berprofesi sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 55 responden (tabel 4.3)

Pesan kampanye #BelanjaDariRumah ini merupakan dorongan untuk mencegah penyebaran Covid-19, agar dapat memutuskan rantai virus corona, mengikuti peraturan dari pemerintah PSBB dan dapat memudahkan aktivitas perekonomian masyarakat di masa pandemi ini. Pesan kampanye merupakan pesan verbal dan non-verbal selalu menggunakan simbol yang diharapkan mendapatkan respon dari audiens, isi pesan berupa materi pendukung visual pesan berperan untuk memberikan gambaran yang jelas dan nyata sehingga menarik perhatian khalayak penyusunan isi pesan dilakukan pendekatan emosional, rasa takut dan kreativitas. Pesan kampanye akan dapat lebih efektif dan tepat sasaran bila menunjukkan tokoh atau orang yang menjadi rujukan bagi target audiens dari kampanye (Venus, 2010).

Strategi pesan dibutuhkan agar pesan menjadi sukses dan efektif meliputi tiga strategi yaitu : Strategi kognitif menyampaikan informasi mengenai merek beserta aktivitas yang dilakukan, strategi afektif menyampaikan pesan dengan jelas dan menarik dan strategi konatif cangkupan consumer respon untuk melihat dampak setelah menerima suatu pesan (Clow & Baack, 2016).

Dapat dilihat hasil dari pernyataan pesan kampanye yang ditunjukkan responden pada rata – rata jawaban variabel X sebesar 34,76. Pada variabel pesan kampanye pernyataan yang memiliki skor tertinggi yaitu pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram mengajak masyarakat untuk terus menjalankan *social distancing* (X1) dengan skor 3,58, sedangkan pada variabel pesan kampanye pernyataan yang memiliki skor terendah yaitu saya ikut membagikan postingan di instagram pesan kampanye #BelanjaDariRumah kepada followers pribadi saya (X8) dengan skor 3,31. Pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram

Shopee mengajak kepada masyarakat Indonesia agar dapat menjalankan *social distancing* dan ajakan melalui pesan kampanye #BelanjaDariRumah. Dan hasil tersebut dibuktikan dari tersampainya informasi tersebut untuk masyarakat selalu menjalankan *social distancing*.

*Brand image* atau citra merek ialah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Mengukur citra merek bersifat subjektif, artinya tidak ada standar pengukuran. Dari penelitian ini dapat dijelaskan dimensi dari *brand image* (variabel Y) berdasarkan teori yang digunakan ada 3 (tiga) dimensi yaitu : *Recognition* (Pengakuan) kesadaran merek dan kemampuan mengenali merek, *Reputation* (Reputasi) citra mempengaruhi reputasi dan brand reputasi yang baik dari kredibilitas yang diakui pihak internal dan eksternal, dan *Affinity* (Afinitas/Komunitas) hubungan emosional antara merek dan pembeli dimana dapat mempengaruhi keputusan konsumen dan loyalitas merek konsumen (David Aaker 2010).

Dapat dilihat dari variabel *brand image* pernyataan yang ditunjukkan responden pada rata – rata jawaban variabel Y sebesar 31,34. Pada variabel *brand image* pernyataan yang memiliki skor tertinggi yaitu saya mengenali pesan kampanye #BelanjaDariRumah di Instagram milik Shopee Indonesia dengan ciri khas logo, design dan warna yang digunakan dalam pesan kampanye (Y1) dengan skor 3,6, sedangkan pada variabel pesan kampanye pernyataan yang memiliki skor terendah yaitu saya tertarik dengan pesan kampanye #BelanjaDariRumah di Instagram karena pesan kampanye tersebut milik Shopee (Y2) dengan skor 3,36. Kesuksesan dalam membangun citra brand terdapat pada kemampuan konsumen dalam mengenal merek atau sebuah produk tersebut, dan hasilnya pesan kampanye #BelanjaDariRumah diketahui oleh konsumen bahwa pesan kampanye tersebut milik *e-commerce* Shopee dengan ciri khasnya logo, design dan warna yang digunakan.

Hasil dari penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 untuk mendapatkan perhitungan yang akurat, perhitungan yang di dapat seperti uji relasi untuk mengetahui hubungan atau korelasi antara variabel X yaitu pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram dengan variabel Y yaitu *brand image* Shopee yaitu sebesar 0,704. Angka yang ditunjukkan R tersebut memperlihatkan bahwa pengaruh pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram terhadap brand image Shopee berpengaruh positif.

Sedangkan R square sebesar 0,495 atau sama dengan 49,5% dan angka tersebut dapat di artikan memiliki pengaruh yang cukup antara pesan kampanye #BelanjaDariRumah terhadap *brand image* Shopee. Sedangkan sisanya 50,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pesan kampanye #BelanjaDariRumah ini diadakan karena situasi yang serempak dirasakan oleh seluruh masyarakat di Indonesia untuk mendukung aktivitas di rumah saja, agar masyarakat bisa membantu pemerintah dalam menekan angka penular virus Covid-19. Pesan kampanye #BelanjaDariRumah milik Shopee ini hadir untuk masyarakat Indonesia agar dapat memanfaatkan teknologi *e-commerce* dan hanya dari rumah saja barang dapat sampai kerumah. *E-commerce* shopee juga menjamin dapat memenuhi keperluan dan kebutuhan yang konsumen inginkan mulai dari obat-obatan, kebutuhan rumah tangga, kebutuhan sekolah, dan lain sebagainya.

Selain itu untuk membuktikan bahwa adanya pengaruh pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram terhadap *brand image* shopee, maka dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan uji t, diperoleh t hitung (9,828) dan t tabel (1,660). Karena t hitung > t tabel ( $9,828 > 1,660$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti koefisien regresi signifikansi yaitu terdapat adanya pengaruh antara pesan kampanye #BelanjaDariRumah di instagram terhadap *brand image* Shopee