

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Gambaran Umum Blp Beauty**

**Gambar 4.1**



**Logo Blp Beauty**

**Sumber : Google**

PT Lizzie Parra Kreasi yang memiliki produk BLP Beauty adalah salah Satu perusahaan kosmetik lokal yang didirikan pada tahun 2016. Berlokasi di Jl. Limau II, No.3, Jakarta Selatan, perusahaan ini didirikan oleh Elizabeth Christania Atau yang lebih dikenal sebagai Lizzie Parra. Lizzie Parra kemudian menggunakan namanya pada perusahaan dan brand kosmetik miliknya. BLP Beauty Memegang teguh prinsip bahwa kecantikan telah melekat pada setiap wanita, baik dari dalam maupun dari luar dirinya, kosmetik hanyalah salah satu alat yang membantu melengkapi kecantikan wanita tanpa merubah setiap individu.

Dalam perjalanannya, mulanya Lizzie Parra berprofesi sebagai salah seorang pegawai kantor yang tertarik dengan dunia kecantikan. Ia kemudian beralih profesi menjadi Makeup Artist dan Beauty Influencer yang selanjutnya memutuskan untuk membuka bisnis kosmetik pribadi dibawah namanya By Lizzie Parra Beauty. Bisnis tersebut kemudian

berkembang menjadi perusahaan PT Lizzie Parra Kreasi yang mulanya bergerak secara online dan memasarkan produknya melalui berbagai platform seperti media sosial dan marketplace.

BLP Beauty memperkenalkan produk pertamanya, yakni Lip Coat pada tahun 2016, yang disesuaikan berdasarkan riset terhadap minat wanita Indonesia. Terhitung sejak tahun 2016 hingga kini, beragam produk kosmetik diproduksi setiap tahunnya untuk melengkapi rangkaian produk kosmetik BLP Beauty.

Kini BLP Beauty berhasil menjadi salah satu *brand* lokal yang menjadi kebanggaan para *beauty enthusiast* Indonesia. Tak hanya itu, dalam memasarkan produknya, BLP turut melakukan berbagai inovasi, seperti bekerja sama dengan berbagai *e-commerce*, salah satunya Sociolla. Kala itu BLP Lip Coat sempat merilis produk edisi terbatas, yaitu Lip Coat shade Peach Soda.

Tidak sampai di situ, variasi produk yang dimiliki oleh BLP Beauty juga terus dikembangkan. Selain Lip Coat, *brand* yang sudah menemani wanita Indonesia selama 4 tahun ini juga memiliki produk-produk lainnya seperti BLP Face Powder, BLP Lip Stain, BLP Face Glow, dan masih banyak lagi.

Setiap produk yang diluncurkan dikemas dengan tampilan yang disesuaikan dengan identitas BLP Beauty, yakni "*less is more*". Konsep tersebut memungkinkan tampilan kemasan produk bersifat minimalis, sederhana dan mampu menyampaikan informasi dengan baik. Adapun setiap kemasan di desain berdasarkan *color coordinate* yang telah ditentukan, dicetak menggunakan material uncoated paper dengan berbagai ukuran berbeda disertai logo, produk, dan penjelasan produk.

Tidak hanya berorientasi pada penjualan produk, melalui platform yang tersedia BLP Beauty juga menyediakan sejumlah

informasi guna memperluas wawasan wanita Indonesia mengenai industri kecantikan. Pada website, Informasi disediakan dalam bentuk blog, digital magazine, dan newsletter. Informasi Lainnya disediakan melalui media sosial Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok. Pada seluruh media inilah desain grafis berperan.bagi konsumen untuk berbelanja secara online.

## 2. Instagram @blpbeauty

**Gambar 4.2**  
**Instagram @blpbeauty**



Sumber: Instagram @blpbeauty

Beauty memasarkan produk dan memperkenalkan brandnya menggunakan berbagai platform. Instagram merupakan media pertama yang digunakan untuk menjual produk dan menjadi pusat informasi. Perusahaan Ini bekerjasama dengan berbagai *e-commerce* untuk memasarkan produk, dilanjutkan dengan pembuatan website yang kini berfungsi sebagai media utama bagi konsumen untuk berbelanja secara online.

Dalam konten kontennya Blp Beauty memberikan informasi informasi yang detail dan *up-to-date*, cara menggunakan *skincare* dengan baik dan benar, serta *discount & giveaway*. Dan juga sosial media Instagram @blpbeauty sangat aktif dalam memposting dan memberikan informasi mengenai produk produknya serta responsif terhadap pertanyaan dan saran yang diberikan oleh *followers* baik di bagian komen ataupun melewati *direct message* Instagram @blpbeauty.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden. Untuk mengetahui gambaran responden terhadap Instagram terhadap *Brand awareness* Blp Beauty, penelitian ini dilakukan melalui *direct message* pada pengikut akun Instagram @blpbeauty, pada tanggal 4 Juli 2022. Dalam penelitian ini responden wajib mengisi tiga buah pertanyaan yang telah dibagi menjadi beberapa kategori sebagai berikut.

#### a. Usia

**Tabel 4.1**

**Usia**

**N : 95**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
18 – 25 Tahun	65	68,4 %
26- 30 Tahun	22	23,2 %
31 – 35 Tahun	4	4,2 %
16 tahun	1	1,1%
17 tahun	1	1,1%
<b>Jumlah</b>	<b>95</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel usia di atas, dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui responden berusia 18 – 25 tahun sebanyak 65 orang dengan presentase 68,4%, berusia 26 – 30 tahun sebanyak 22 orang dengan presentase 23,2%, berusia 31 – 35 tahun sebanyak 4 orang dengan presentase 4,2%, berusia 16 dan 17 tahun sebanyak 4 orang dengan

presentase 4,3%. Dari Data yang diperoleh responden dalam penelitian ini didominasi oleh orang yang berusia 18 – 25 tahun

**b. Jenis Kelamin**

**Tabel 4.2**  
**Jenis Kelamin**  
**N : 95**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Laki - Laki	-	-
Perempuan	95	100%
<b>Jumlah</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel yang tertera di atas maka dapat diketahui bahwa responden laki-laki tidak terdapat presentase dan responden perempuan sebanyak 95 orang dengan presentase 100%, Sehingga dapat diketahui bahwa presentase responden perempuan lebih mayoritas dibandingkan dengan laki-laki.

**c. Status Pekerjaan**

**Tabel 4.3**  
**Status Pekerjaan**  
**N : 95**

<b>Status pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Pelajar/Mahasiswa	42	44,2%
Karyawan	23	24,2%
Wiraswasta	5	5,3%
Ibu rumah tangga	10	10,5%
Belum bekerja	12	12,6%
Karyawan dan mahasiswa	1	1,1%
Freelancer	1	1,1%
Creator Video	1	1,1%
<b>Jumlah</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel status pekerjaan di atas, dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui bahwa pelajar/mahasiswa sebanyak 42 orang dengan presentase 44,2%, karyawan sebanyak 23 orang dengan presentase 24,2%, wiraswasta sebanyak 5 orang dengan presentase 5,3%, ibu

rumah tangga sebanyak 10 orang dengan presentase 10,5%, belum bekerja sebanyak 12 orang dengan presentase 12,6%, karyawan dan mahasiswa sebanyak 1 orang dengan presentase 1,1%, freelancer sebanyak 1 orang dengan presentase 1,1%, creator video sebanyak 1 orang dengan presentase 1,1%. Dari Data yang diperoleh responden dalam penelitian ini didominasi oleh status pekerjaan pelajar / mahasiswa.

**d. Mengetahui *Brand Blp Beauty***

**Tabel 4.4**  
**Mengetahui @blpbeauty**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Ya	95	100%
2	Tidak	-	-
Jumlah		95	100%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel mengetahui @blpbeauty diatas, dari seluruh responden sebanyak 95 orang ( 100% ) mengetahui @blpbeauty. Maka dengan data tersebut semua responden mengetahui apa itu @blpbeauty.

**e. *Followers* akun Instagram @blpbeauty**

**Tabel 4.5**  
***Followers* @blpbeauty**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Ya	95	100%
2	Tidak	-	-
Jumlah		95	100%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel mengetahui @blpbeauty diatas, dari seluruh responden sebanyak 95 orang ( 100% ) mengikuti akun

Instagram @blpbeauty. Maka dengan data tersebut semua responden mengikuti akun Instagram @blpbeauty.

## 2. Pernyataan Variabel X (Instagram)

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah disebarkan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada tabel-tabel yang akan dijelaskan di bawah ini :

### a. Hastag

**Tabel 4.6**  
**Tanda hastag memudahkan untuk mengetahui postingan**  
**@blpbeauty**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	52	54.7%
2	Setuju	43	45.3%
3	Tidak Setuju	0	0.0%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 52 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 54,7%, sebanyak 43 orang menjawab setuju dengan presentase 45,3%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa Tanda hastag memudahkan responden untuk mengetahui postingan @blpbeauty.

**Tabel 4.7**  
**blp beauty menggunakan tanda (#) tertentu untuk promosi**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	44	46.3%
2	Setuju	50	52.6%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 44 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 46,3%, sebanyak 50 orang menjawab setuju dengan presentase 52,6%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Pada postingan @blpbeauty responden melihat blp beauty menggunakan tanda (#) tertentu untuk promosi.

**Tabel 4.8**  
**Pada postingan @blpbeauty banyak di beri hastag**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	45	47.4%
2	Setuju	49	51.6%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 45 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 47,4%, sebanyak 49 orang menjawab setuju dengan presentase 51,6%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Pada postingan @blpbeauty responden melihat banyak di beri hastag.



**b. Lokasi**

**Tabel 4.9**  
**Terdapat tanda lokasi pada profile @blp beauty**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	38	40.0%
2	Setuju	56	58.9%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 38 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 40,0%, sebanyak 56 orang menjawab setuju dengan presentase 58,9%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden melihat diberikan tanda lokasi pada profile @blp beauty.

**c. Follow**

**Tabel 4.10**  
**followers mengikuti akun Instagram @blpbeauty karena**  
**tertarik dengan produknya**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	45	47.4%
2	Setuju	49	51.6%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 45 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 47,4%, sebanyak 49 orang menjawab setuju dengan presentase

51,6%, sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden mengikuti akun Instagram @blpbeauty karena tertarik dengan produknya.

**Tabel 4.11**  
***Followers* mengikuti @blpbeauty karena dilihat dari banyaknya jumlah followers nya banyak, sehingga bisa jadi produk bagus dan berkualitas**  
**N : 95**

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
1	Sangat Setuju	42	44.2%
2	Setuju	52	54.7%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 42 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 44,2%, sebanyak 52 orang menjawab setuju dengan presentase 54,7%, sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden mengikuti @blpbeauty karena dilihat dari banyaknya jumlah followers nya banyak, sehingga bisa jadi produk bagus dan berkualitas.

**Tabel 4.12**  
**Sebagai pengikut @blpbeauty di Instagram memudahkan untuk mengetahui informasi yang up-to-date**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	44	46.3%
2	Setuju	49	51.6%
3	Tidak Setuju	2	2.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 44 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 46,3%, sebanyak 49 orang menjawab setuju dengan presentase 51,6%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Sebagai pengikut @blpbeauty di Instagram memudahkan saya untuk mengetahui informasi yang up-to-date.

**Tabel 4.13**  
**Followers @blpbeauty untuk mengetahui promo yang dilakukan oleh blp beauty**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	34	35.8%
2	Setuju	60	63.2%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 34 orang menjawab sangat setuju dengan presentase

35,8%, sebanyak 60 orang menjawab setuju dengan presentase 63,2%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden mengikuti @blpbeauty untuk mengetahui promo yang dilakukan oleh blp beauty.

*d. Share*

**Tabel 4.14**  
**Tanda share memudahkan untuk membagikan postingan**  
**@blpbeauty ke media sosial lainnya**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	42	44.2%
2	Setuju	52	54.7%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 42 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 44,2% sebanyak 52 orang menjawab setuju dengan presentase 54,7%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Tanda share memudahkan responden untuk membagikan postingan @blpbeauty ke media sosial lainnya.

**Tabel 4.15**  
**Pada postingan yang di upload @blpbeauty memudahkan untuk**  
**membagikan ke sesama pengguna Instagram**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	36	37.9%
2	Setuju	57	60.0%
3	Tidak Setuju	2	2.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 37,9%, sebanyak 57 orang menjawab setuju dengan presentase 60,0%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Pada Postingan yang di upload @blpbeauty memudahkan responden untuk membagikan ke sesama pengguna Instagram.

**Tabel 4.16**  
**Mendapatkan informasi terkait Blp Beauty dari orang lain melalui**  
**share**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	42	44.2%
2	Setuju	52	54.7%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 42 orang menjawab sangat setuju dengan presentase

44,2%, sebanyak 52 orang menjawab setuju dengan presentase 54,7%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden mendapatkan informasi terkait Blp Beauty dari orang lain melalui share.

*e. Like*

**Tabel 4.17**  
**Dapat memberikan like di akun Instagram @blpbeauty karena caption/judulnya menarik**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	26	27.4%
2	Setuju	54	56.8%
3	Tidak Setuju	15	15.8%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 26 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 27,4%, sebanyak 54 orang menjawab setuju dengan presentase 56,8%, dan sebanyak 15 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 15,8%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden memberikan like di akun Instagram @blpbeauty karena caption/judulnya menarik.

**Tabel 4.18**  
**Dapat menunjukkan ketertarikan kepada produk dengan cara**  
**menyukai postingan foto dan video @blpbeauty**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	32	33.7%
2	Setuju	61	64.2%
3	Tidak Setuju	2	2.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 33,7%, sebanyak 61 orang menjawab setuju dengan presentase 64,2%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden menunjukkan ketertarikan kepada produk dengan cara menyukai postingan foto dan video @blpbeauty.

**Tabel 4.19**  
**Tertarik membeli produk @blpbeauty berdasarkan banyaknya**  
**jumlah like pada postingan**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	17	17.9%
2	Setuju	56	58.9%
3	Tidak Setuju	20	21.1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2.1%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 17 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 17,9%, sebanyak 56 orang menjawab setuju dengan presentase 58,9%, sebanyak 20 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 21,1%, dan sebanyak 2 orang menjawab dengan presentase 2,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden tertarik membeli produk @blpbeauty berdasarkan banyaknya jumlah like pada postingan.

#### f. Komentar

**Tabel 4.20**  
**Dapat melihat respon followers terhadap produk @blpbeauty**  
**melalui komentar**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	33	34.7%
2	Setuju	54	56.8%
3	Tidak Setuju	7	7.4%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1.1%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 33 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 34,7%, sebanyak 54 orang menjawab setuju dengan presentase 56,8%, sebanyak 7 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 7,4%, dan sebanyak 1 orang menjawab dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden dapat melihat respon followers terhadap produk @blpbeauty melalui komentar.



**Tabel 4.21**  
**Dapat memberikan saran dan keluhan kepada blp beauty di**  
**akun Instagram nya**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	30	31.6%
2	Setuju	56	58.9%
3	Tidak Setuju	9	9.5%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 31,6%, sebanyak 56 orang menjawab setuju dengan presentase 58,9%, sebanyak 9 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 9,5%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden senang dapat memberikan saran dan keluhan kepada blp beauty di akun Instagramnya.

**g. Mention**

**Tabel 4.22**  
**Pada unggahan di akun Instagram @blpbeauty terdapat ajakan**  
**untuk mention (memanggil) pengguna lain**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	44	46.3%
2	Setuju	48	50.5%
3	Tidak Setuju	3	3.2%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 44 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 46,3%, sebanyak 48 orang menjawab setuju dengan presentase 50,5%, sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 3,2%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden mengetahui unggahan di akun Instagram @blpbeauty terdapat ajakan untuk mention (memanggil) pengguna lain.

**Tabel 4.23**  
**Pada postingan @blpbeauty selalu memberikan tanda @**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	36	37.9%
2	Setuju	49	51.6%
3	Tidak Setuju	9	9.5%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1.1%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 37,9%, sebanyak 49 orang menjawab setuju dengan presentase 51,6%, sebanyak 9 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 9,5% dan sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju

bahwa responden mengetahui pada Postingan @blpbeauty selalu memberikan tanda @.

**Tabel 4.24**  
**Tanda @ memudahkan pengguna yang tidak mengikuti @blpbeauty mengetahui postingan tersebut**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	41	43.2%
2	Setuju	51	53.7%
3	Tidak Setuju	3	3.2%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 41 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 43,2%, sebanyak 51 orang menjawab setuju dengan presentase 53,7%, sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 3,2%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Tanda @ memudahkan pengguna yang tidak mengikuti @blpbeauty mengetahui postingan tersebut.

**Tabel 4.25**  
**Tertarik untuk mengajak (mention) teman untuk berkunjung ke akun Instagram @blpbeauty**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	31	32.6%
2	Setuju	55	57.9%
3	Tidak Setuju	9	9.5%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%

Jumlah	95	100.0%
--------	----	--------

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 32,6%, sebanyak 55 orang menjawab setuju dengan presentase 57,9%, sebanyak 9 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 9,5%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa responden tertarik untuk mengajak (mention) teman saya untuk berkunjung ke akun Instagram @blpbeauty.

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

Berdasarkan hasil kuisisioner yang telah disebarkan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada tabel-tabel yang akan dijelaskan di bawah ini :

#### a. *Recall*

**Tabel 4.26**  
**Mampu mengingat brand blp beauty sebagai produk kosmetik**  
**brand lokal**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	36	37.9%
2	Setuju	58	61.1%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 37,9%, sebanyak 58 orang menjawab setuju dengan presentase

61,1%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa mampu mengingat brand blp beauty sebagai produk kosmetik brand lokal.

**Tabel 4.27**  
**Ketika mendengar produk kosmetik lokal, merek yang pertama kali muncul di benak adalah blp beauty**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	48	50.5%
2	Setuju	45	47.4%
3	Tidak Setuju	2	2.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 48 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 50,5%, sebanyak 45 orang menjawab setuju dengan presentase 47,4%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa Ketika mendengar produk kosmetik local, merek yang pertama kali muncul di benak responden adalah blp beauty.

**Tabel 4.28**  
**Blp beauty adalah produk yang mudah di ingat kembali ketika**  
**berbelanja kosmetik**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	38	40.0%
2	Setuju	55	57.9%
3	Tidak Setuju	2	2.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 38 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 40,0%, sebanyak 55 orang menjawab setuju dengan presentase 57,9%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Blp beauty adalah produk yang mudah diingat kembali ketika responden berbelanja kosmetik.

**b. Recognition**

**Tabel 4.29**  
**Dapat mengenali produk Blp beauty hanya dengan melihat**  
**slogan produk tersebut**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	25	26.3%
2	Setuju	43	45.3%
3	Tidak Setuju	20	21.1%
4	Sangat Tidak Setuju	7	7.4%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 25 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 26,3%, sebanyak 43 orang menjawab setuju dengan presentase 25,3%, sebanyak 20 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 21,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden mengenali produk blp beauty hanya dengan melihat slogan produk tersebut.

**Tabel 4.30**  
**Hanya dengan melihat logo produk blp beauty dapat mengetahui produk tersebut**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	40	42.1%
2	Setuju	54	56.8%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 40 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 42,1%, sebanyak 54 orang menjawab setuju dengan presentase 56,8%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Hanya dengan mengenali logo produk blp beauty responden dapat mengetahui produk tersebut.

**Tabel 4.31**  
**Sebagai pengikut @blpbeauty mengetahui tagline dari blp beauty**  
**"Be Adored"**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	29	30.5%
2	Setuju	58	61.1%
3	Tidak Setuju	8	8.4%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 30,5%, sebanyak 58 orang menjawab setuju dengan presentase 61,1%, dan sebanyak 8 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 8,4%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Sebagai pengikut @blpbeauty responden mengetahui tagline dari blp beauty "BeAdored".

**Tabel 4.32**  
**Dapat mengenali produk blp beauty dari bentuk/desainnya**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	40	42.1%
2	Setuju	54	56.8%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui



sebanyak 40 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 42,1%, sebanyak 54 orang menjawab setuju dengan presentase 56,8%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden dapat mengenali prodok blp beauty dari bentuk/desainnya.

*c. Purchase*

**Tabel 4.33**  
**Memasukkan merek blp beauty untuk dijadikan alternative**  
**ketika hendak membeli sebuah kosmetik**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	43	45.3%
2	Setuju	50	52.6%
3	Tidak Setuju	2	2.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 43 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 45,3%, sebanyak 50 orang menjawab setuju dengan presentase 52,6%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden memasukkan merek blp beauty untuk di jadikan alternative ketika hendak membeli sebuah kosmetik.

**Tabel 4.34**  
**Ketika di berikan pilihan merek produk kosmetik lokal, memilih**  
**produk blp beauty sebagai pilihan utama**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	42	44.2%
2	Setuju	52	54.7%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 42 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 44,2%, sebanyak 52 orang menjawab setuju dengan presentase 54,7%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Ketika di berikan pilihan merek produk kosmetik lokal, responden memilih produk blp beauty sebagai pilihan utama.

**Tabel 4.35**  
**Lebih memilih membeli produk blp beauty dibandingkan produk**  
**kosmetik yang lain ( mop.beauty dan secondate beauty )**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	37	38.9%
2	Setuju	52	54.7%
3	Tidak Setuju	6	6.3%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 38,9%, sebanyak 52 orang menjawab setuju dengan presentase 54,7%, dan sebanyak 6 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 6,3%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden lebih memilih membeli produk blp beauty dibandingkan produk kosmetik yang lain (mop.beauty dan secondate beauty).

**d. Consumption**

**Tabel 4.36**  
**Mampu mengingat produk kosmetik blp beauty ketika sedang menggunakan produk lain ( mop.beauty )**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	42	44.2%
2	Setuju	52	54.7%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 42 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 44,2%, sebanyak 52 orang menjawab setuju dengan presentase 54,7%, dan sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden mampu mengingat produk kosmetik blp beauty ketika saya sedang menggunakan produk lain (mop.beauty).

**Tabel 4.37**  
**Mampu mengingat merek blp beauty ketika sedang menggunakan**  
**produk lain (secondate beauty)**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	40	42.1%
2	Setuju	53	55.8%
3	Tidak Setuju	2	2.1%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 40 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 42,1%, sebanyak 53 orang menjawab setuju dengan presentase 55,8%, dan sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden mampu mengingat merek blp beauty ketika saya sedang menggunakan produk lain (secondate beauty).

**Tabel 4.38**  
**Merek kosmetik yang muncul di benak pertama kali adalah blp**  
**beauty**  
**N : 95**

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Setuju	39	41.1%
2	Setuju	47	49.5%
3	Tidak Setuju	8	8.4%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1.1%
Jumlah		95	100.0%

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas dari seluruh responden sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Dapat diketahui sebanyak 39 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 41,1%, sebanyak 47 orang menjawab setuju dengan presentase 49,5%, sebanyak 8 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 8,4%, dan sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1,1%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Merek kosmetik yang muncul di benak responden pertama kali adalah blp beauty.

#### 4. Rekapitulasi Hasil

Berikut adalah hasil rekapitulasi pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X, yakni pengaruh Instagram berdasarkan tabel berikut :

**Tabel 4.39**  
**Rekapitulasi Variabel X**  
**(Instagram)**

No	Pernyataan	Mean
1	X1	3.55
2	X2	3.45
3	X3	3.46
4	X4	3.39
5	X5	3.46
6	X6	3.43
7	X7	3.44
8	X8	3.35
9	X9	3.43
10	X10	3.36
11	X11	3.43
12	X12	3.12
13	X13	3.32
14	X14	2.93
15	X15	3.25
16	X16	3.22
17	X17	3.43
18	X18	3.26
19	X19	3.40

20	X20	3.23
<b>jumlah</b>		3.23
<b>rata - rata</b>		3.35

( sumber : Hasil Penelitian Juli )

Secara keseluruhan responden menilai bahwa Instagram (Variabel X) yaitu cukup tinggi (setuju). Hal ini di tunjukan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada Instagram (Variabel X) sebesar 3,35.

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variable Y yaitu *Brand awareness* berdasarkan tabel berikut :

**Tabel 4.40**  
**Rekapitulasi Variabel Y**  
**(Brand awareness)**

No	Pernyataan	Mean
1	Y1	3.37
2	Y2	3.48
3	Y3	3.38
4	Y4	2.91
5	Y5	3.41
6	Y6	3.22
7	Y7	3.41
8	Y8	3.43
9	Y9	3.43
10	Y10	3.33
11	Y11	3.43
12	Y12	3.40
13	Y13	3.31
<b>Jumlah</b>		43.51
<b>rata-rata</b>		3.35

( sumber : Hasil Penelitian Juli )

Secara keseluruhan responden menilai bahwa *Brand awareness* (Variabel Y) yaitu cukup tinggi (setuju). Hal ini di tunjukan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada *Brand awareness* (Variabel Y) sebesar 3,35.

## 5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh variabel independen (X) yaitu instagram terhadap variabel

dependen (Y) yaitu *Brand Awareness*. Berikut adalah data hasil pengolahan SPSS 26 for windows:

**Tabel 4.41**  
**MODEL SUMMARY**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774 <sup>a</sup>	.599	.595	3.291

a. Predictors: (Constant), Instagram

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 26

Analisis regresi yang dilakukan pada bagian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun 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 Instagram terhadap *Brand awareness* sebesar 0,774 yaitu diantara 0,60 – 0,799 artinya hubungan atau korelasi antara variabel Instagram berpengaruh tinggi atau kuat dengan *Brand Awareness*.

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,20 – 0,399 artinya rendah atau lemah
3. 0,40 – 0,599 artinya sedang atau cukup
4. 0,60 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,80 – 1,00 artinya sangat tinggi atau sangat kuat

Sedangkan R square disebut juga koefisien determinasi, dapat dibaca bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,599. Angka tersebut diartikan bahwa *Brand awareness* yang disebabkan oleh pengaruh Instagram adalah sebesar 59,9%, sementara sisanya 40,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Nilai R square menunjukkan angka 0,599 atau 59,9% artinya Instagram berpengaruh sedang atau cukup terhadap *Brand Awareness*.

**Tabel 4.42****ANOVA****ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1506.229	1	1506.229	139.034	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1007.519	93	10.834		
	Total	2513.747	94			

a. Dependent Variable: Brand\_Awareness

b. Predictors: (Constant), Instagram

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 139,034 dengan nilai signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu  $0,00 < 0,10$  maka dapat diartikan bahwa variable Instagram berpengaruh terhadap *Brand Awareness*.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus  $< 0,10$ . karena angka probabilitas (sig)  $0,00 < 0,10$  maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh Instagram @blpbeauty Terhadap *Brand Awareness*.

**Tabel 4.43**  
**COEFFICIENTS****Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.790	3.048		2.556	.012
Media_Sosial	.534	.045	.774	11.791	.000

a. Dependent Variable: Brand\_Awareness

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat tabel persamaan regresi, sebagai berikut:



$$Y = a + bX$$

$$Y = 7,790 + 0,534$$

$$Y = 8,324$$

Keterangan:

Y = Brand Awareness

X = Instagram

a = nilai konstan dari Unstandardized Coefficients. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 7,790

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,534

Berdasarkan model diatas, maka diperoleh jika X= 1, nilai Y= 8,324. Hal ini ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = 7,790 + 0,534 X$$

$$Y = 7,790 + 0,534 (1)$$

$$Y = 8,324$$

Artinya setiap peningkatan Variabel Independent (X) sebesar 1, akan meningkatkan *Brand awareness* sebesar 8,324.

## 6. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka untuk dilakukan uji hipotesis. Maka dengan demikian :

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

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

$$n = 95$$

$$r = 0,774$$

jawab :

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

$$t = \frac{0,774\sqrt{95 - 2}}{\sqrt{1 - 0,774^2}}$$

$$t = \frac{0,774\sqrt{93}}{\sqrt{1 - 0,5990}}$$

$$t = \frac{0,774(9,6436)}{\sqrt{0,401}}$$

$$t = \frac{7,4641}{0,6332}$$

$$t = 11,787$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai t-hitung yaitu 11,787. Sedangkan untuk nilai t-tabel dengan signifikansi 10% dapat dicari berdasarkan jumlah responden. Dalam penelitian ini jumlah responden ( $n$ ) = 95, maka derajat bebasnya ( $df$ )  $n - 2 = 95 - 2 = 93$ . Dengan derajat kebebasan sebesar 93 dan signifikansi 10% adalah 1,661. Didapat nilai t-hitung (11,787) > t-tabel (1,661) dengan nilai signifikansi  $\alpha = 0,1$ , hal ini menunjukkan ada pengaruh antara Instagram @blpbeauty (X) yang berarti signifikan terhadap *Brand awareness* (Y). Karena nilai t-hitung > t-tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada pengaruh antara Instagram @blpbeauty Terhadap *Brand Awareness*.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Salah satu kategori media online yang banyak digunakan perusahaan dalam memasarkan produk dan menjadi media pemasaran adalah media sosial. Menurut Dr Rulli Nasrullah media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Instagram Blp Beauty, *Brand awareness* Blp Beauty, Adakah dan seberapa besar Pengaruh Instagram @blpbeauty terhadap *brand awareness* Blp Beauty.

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu variabel *independent* yaitu pengaruh Instagram @blpbeauty melalui ini (X) terhadap variabel *dependent* yaitu *Brand awareness* (Y). Kedua Variabel tersebut telah melalui uji validitas yang bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya pernyataan dari kedua variabel, dinyatakan valid apabila nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel. Setelah tahap uji validitas, maka dilakukan uji reliabilitas pada kedua variabel. Hasil uji reliabilitas pada variabel X Menghasilkan nilai alpha hitung positif yaitu sebesar 0,833 ( tabel 3.7 ) dan variabel Y sebesar 0,893 ( tabel 3.8 ) dari hasil kedua variabel media sosial dan *brand awareness* pada penelitian ini sangat reliabel karena nilai  $\alpha > 0,80$ .

Responden dalam penelitian ini yaitu followers Instagram @blpbeauty sebanyak 95 responden. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa mayoritas responden perempuan sebanyak 95 responden 100%. Mayoritas umur responden berusia 18-25 tahun 70 responden 76,1% diikuti oleh usia 26-30 tahun sebanyak 22 responden 23,2% (tabel ). Mayoritas pekerjaan responden penelitian ini yaitu pelajar/mahasiswa sebanyak 42 responden 44,2% diikuti oleh karyawan sebanyak 23 responden 24,2% (tabel ). Seluruh responden dalam penelitian ini sebanyak 100% menjawab mengetahui brand Blp Beauty dan sebanyak 100% menjawab merupakan *followers* akun Instagram @blpbeauty.

### **1. Instagram Blp Beauty pada *followers* akun Instagram @blpbeauty**

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur Pengaruh Instagram (Variabel X) yang dilihat dari keseluruhan Dimensi Hastag, lokasi, *follow*, *share*, *like*, komentar dan *mention* (Atmoko, 2012:28-63). Dimensi-dimensi tersebut diketahui mayoritas responden merespon dengan positif tergolong cukup tinggi (setuju) dari keseluruhan pernyataan yang diajukan. Hal ini dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh Media Sosial @blpbeauty di Instagram (X) sebesar 3,35 (tabel 4.39).

Dari hasil penelitian berdasarkan teori media sosial Instagram peneliti memberikan tiga pernyataan kepada responden mengenai dimensi *hashtag*, ketiga pernyataan tersebut mayoritas jawabannya adalah setuju, maka hasil pernyataan tersebut mendapatkan jawaban positif. Mayoritas responden mengakui bahwa hashtag yang digunakan oleh @blpbeauty di Instagram memudahkan *followers* mengetahui postingan blp beauty.

Dimensi selanjutnya adalah lokasi, pada dimensi ini peneliti memberikan satu pernyataan, dalam dimensi lokasi. Pada satu pernyataan responden rata-rata menjawab setuju. Mayoritas responden setuju bahwa diberikan tanda lokasi pada profil @blpbeauty di Instagram.

Dimensi selanjutnya adalah *follow*, pada dimensi ini peneliti memberikan empat pernyataan, dalam dimensi *follow*. Pada keempat pernyataan responden rata-rata menjawab setuju. Mayoritas responden setuju bahwa responden mengikuti akun Instagram @blpbeauty karena tertarik dengan produknya, dilihat juga dari banyaknya jumlah *followers* sehingga dijadikan sebagai produk bagus dan berkualitas, untuk mengetahui informasi yang up-to-date di Instagram, serta dapat mengetahui promo yang dilakukan oleh blp beauty.

Dimensi selanjutnya adalah *share*, pada dimensi ini peneliti memberikan tiga pernyataan, dalam dimensi *share*. Pada ketiga pernyataan responden menjawab setuju. Mayoritas responden setuju bahwa pada postingan yang di unggah oleh @blpbeauty di Instagram memudahkan responden untuk membagikan ke sesama pengguna Instagram, responden mendapatkan informasi terkait blp beauty dari orang lain melalui fitur *share*.

Dimensi selanjutnya adalah *like*, pada dimensi ini peneliti memberikan tiga pernyataan, dalam dimensi *like*. Pada ketiga

pernyataan responden menjawab setuju. Mayoritas responden setuju bahwa responden memberikan *like* di akun Instagram @blpbeauty karena caption/judulnya menarik, dan responden menunjukkan ketertarikan kepada produk dengan cara menyukai postingan foto dan video @blpbeauty.

Dimensi selanjutnya adalah komentar, pada dimensi ini peneliti memberikan dua pernyataan, dalam dimensi komentar. Pada kedua pernyataan responden menjawab setuju. Mayoritas responden setuju bahwa responden dapat melihat respon *followers* terhadap produk blp beauty melalui komentar, dan dapat memberikan saran dan keluhan kepada blp beauty di akun instagramnya.

Dan dimensi terakhir pada media sosial Instagram adalah *mention*, pada dimensi ini peneliti memberikan empat pernyataan, dalam dimensi *mention*. Pada keempat pernyataan responden menjawab setuju. Mayoritas responden setuju bahwa tanda @ memudahkan responden untuk mengajak (*mention*) ke sesama pengguna Instagram lainnya untuk berkunjung ke akun Instagram @blpbeauty.

Berdasarkan dari teori yang digunakan untuk mengukur variabel X Yaitu Media Sosial Instagram, pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X1 yang memiliki pernyataan “Tanda hastag memudahkan saya untuk mengetahui postingan @blpbeauty” sebanyak 3,55 karena terbukti dari akun Instagram @blpbeauty sering memberikan hastag di setiap postingannya dengan berbeda-beda sehingga memudahkan *followers* mengetahui postingan blp beauty.

## **2. Brand awareness Produk Blp Beauty pada followers akun Instagram @blpbeauty**

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil dalam penelitian yang telah dibuktikan bahwa *Brand awareness* (Variabel Y) yang dilihat dari keseluruhan dimensi *Recall*, *Recognition*, *Purchase*, *Consumption*

(Keller, 2013:73). Dilihat cukup tinggi karena mayoritas responden menyatakan setuju pada sebagian besar pernyataan *Brand awareness* dilihat dari rata-rata jawaban responden sebesar 3,35 (Tabel 4.40).

Menurut Kertajaya (dalam Febriandi, 2017: 35) *brand awareness* didefinisikan sebagai ukuran kekuatan eksistensi merek di benak pelanggan. Definisi lain menurut Peter ( dalam Febriandi 2017: 36) *brand awareness* adalah sebuah tujuan komunikasi umum untuk semua strategi promosi.

Dari hasil penelitian berdasarkan teori *Brand awareness* peneliti memberikan tiga pernyataan kepada responden mengenai dimensi *recall*, ketiga pernyataan tersebut mayoritas jawabannya adalah setuju, maka hasil pernyataan tersebut mendapatkan jawaban positif. Mayoritas responden mengingat *brand blp beauty* sebagai produk kosmetik *brand* lokal, dan *blp beauty* adalah produk yang mudah diingat kembali ketika responden berbelanja kosmetik.

Dimensi selanjutnya adalah *Recognition*, pada dimensi ini peneliti memberikan empat pernyataan, dalam dimensi *recognition*. Pada keempat pernyataan mayoritas responden menjawab setuju maka hasil dari pernyataan *recognition* ini mendapatkan jawaban yang positif karena mayoritas responden mengenali produk *blp beauty* hanya dengan melihat slogan, logo, tagline, dan dapat mengenali produk *blp beauty* dari bentuk/desainnya.

Dimensi selanjutnya adalah *Purchase*, pada dimensi ini peneliti memberikan tiga pernyataan, dalam dimensi *purchase*. pada ketiga pernyataan responden mayoritas menjawab setuju maka hasil dari pernyataan *purchase* ini mendapatkan jawaban yang positif karena mayoritas responden menjadikan *blp beauty* sebagai alternatif ketika membeli sebuah kosmetik.

Dimensi selanjutnya adalah *consumption*, pada dimensi ini peneliti memberikan tiga pernyataan, dalam dimensi *consumption*. Pada ketiga pernyataan responden mayoritas menjawab setuju maka hasil dari pernyataan *consumption* ini mendapatkan jawaban yang positif karena mayoritas responden mampu mengingat produk kosmetik blp beauty ketika responden sedang menggunakan produk pesaing.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel Y yaitu *Brand awareness* pernyataan yang memiliki data tertinggi yaitu Y2 yang memiliki pernyataan ” Ketika mendengar produk kosmetik lokal, merek yang pertama kali muncul di benak saya adalah blp beauty” yaitu sebanyak 3,48 karena mayoritas konsumen yang mengikuti akun Instagram blp beauty mampu mengingat merek blp beauty pertama kali ketika mendengar produk kosmetik brand lokal.

### **3. Pengaruh Instagram terhadap *Brand awareness* Blp Beauty**

Untuk membuktikan adanya pengaruh Instagram terhadap *brand awareness* maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t itu bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi. Kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai t-hitung harus lebih besar dari nilai t-tabel. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini di dapat bahwa nilai hitung t-hitung  $11,787 > t\text{-tabel } 1,661$ . Karena t-hitung lebih besar dari t-tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara Instagram @blpbeauty terhadap *brand awareness* blp beauty.

Berdasarkan perhitungan, kuatnya pengaruh dilihat dari nilai R yang diperoleh nilai R disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat Dibaca nilai R atau korelasi antara variabel pengaruh Instagram @blpbeauty terhadap *Brand awareness* sebesar 0,774 Yaitu diantara

0,60 – 0,799 artinya hubungan atau korelasi antara variabel Instagram dan *Brand awareness* berpengaruh tinggi atau kuat.

Diperoleh nilai R square menunjukkan angka 0,599 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X. Dalam penelitian ini *brand awareness* dipengaruhi oleh instagram adalah sebesar 59,9%, sementara sisanya 40,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa akun Instagram @blpbeauty mempengaruhi *brand awareness* produk kosmetik.