

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Specs Indonesia

Specs Indonesia dengan PT. Panatrade Caraka merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang olahraga yang didirikan oleh Lucas dan Linda Sasmita pada tahun 1994 yang berlokasi di Jl. Daan Mogot 151 Jakarta. Specs Indonesia merupakan salah satu *brand* lokal olahraga tertua di Indonesia terutama dalam olahraga sepakbola dan futsal. Selain itu, Specs Indonesia juga memiliki variasi berbagai produk olahraga seperti untuk aktivitas lari, badminton, tenis, bola voli dan lainnya.

#### Gambar 4.1

##### Logo Specs Indonesia



Dalam mengembangkan usaha bisnis ritel produk olahraga, PT. Panatrade Caraka (Specs Indonesia) menjalankan bisnis usahanya tidak hanya menjual produk yang mereka produksi namun juga ingin menjual merek perlengkapan olahraga lainnya. Dengan ini, PT. Panatrade Caraka membuka toko Fisik yang menjual produk olahraga dari *brand* lain seperti Adidas, Nike, Uhlsport, Head, dan lain-lain. Toko Fisik ini didirikan pada tahun 2005 dan memiliki 20 cabang yang tersebar di berbagai daerah Indonesia. Dalam website resmi Specs

Indonesia, berikut sejarah singkat perkembangan PT. Panatrade Caraka hingga sekarang:

- a. 1980 : Specs diluncurkan oleh PT. Panarub Industri sebagai pemimpin pangsa pasar dalam bidang olahraga jogging di Indonesia pada saat itu.
- b. 1994 : Didirikannya PT. Panatrade Caraka sebagai perusahaan independen yang bertujuan sebagai pemasar bagi Specs. Pada masa ini, Specs Indonesia mulai fokus memproduksi sepatu olahraga sepakbola yang berdampak baik memimpin pasar hingga saat ini.
- c. 1994-1995 : Pertama kali memsponsori atlet nasional yaitu Rocky Putiray dan dijadikan sebagai duta Specs. Selain itu strategi yang digunakan oleh Specs Indonesia yaitu, *Grassroot marketing*.
- d. 1998 : Menerima sertifikat ISO-9001 dari Lloyd Register *Quality Assurance* untuk *Quality Management System*.
- e. 2002-2003 : Specs Indonesia merilis koleksi sepatu futsal pertama bernama *specstrum indoor* dan memperkenalkan teknologi *rubflecs* untuk kategori sepatu olahraga lari.
- f. 2004 : Untuk pertama kalinya Specs Indonesia mensponsori klub sepakbola profesional Indonesia yaitu PERSIKOTA Tangerang dan pembukaan konter Specs pertama di Pasaraya Grande & Blok M Mall untuk memantapkan *brand positioning* sebagai merek pakaian olahraga.
- g. 2005 : Specs Indonesia menjadi salah satu *brand* utama dalam kategori olahraga Badminton dan

Taekwondo di pasar Indonesia. selain itu, PERSIPURA sebagai klub sepakbola professional Indonesia disponsori penuh oleh Specs Indonesia dan berhasil menjuarai Liga Indonesia untuk pertama kalinya.

- h. 2006 : Menandatangani kontrak dengan pemain sepakbola yang menjadi pencetak gol terbanyak di Liga Indonesia yaitu Cristian Gonzales sebagai Duta Specs. Specs Indonesia juga memperluas jaringan pemasaran ke negara Malaysia dan Singapura.
- i. 2006-2007 : Specs Indonesia dianugrahi oleh Kementrian Perdagangan Indonesia sebagai produk asli Indonesia.
- j. 2007-2008 : Pertama kali mensponsori tim futsal professional Indonesia yaitu Electric PLN yang menjadi juara liga futsal Indonesia pada tahun yang sama. Dengan ini, Specs menjadi pemimpin pasar sepatu futsal di negara Indonesia.
- k. 2012 : Specs menjadi salah satu dari 250 *Top Brand* di Indonesia versi *SWA Magazine*. Tidak hanya itu Specs juga merilis raket badminton paling ringan dengan berat 79 gram dan memfokuskan pada kategori olahraga badminton.
- l. 2013-2014 : Meluncurkan sepatu sepakbola paling ringan yang dinamakan Accelerator Viper dan *dianugrahi Social Media Award* 2014 kategori sepatu olahraga oleh majalah *Marketing & Frontier*.
- m. 2015 : Specs Indonesia dianugerahi Indonesia *Original Brand* 2015 oleh *SWA Magazine*. Selain itu, Specs melebarkan pangsa pasar hingga mengekspor

produk ke Korea Selatan dan memulai penjualan secara online atau *e-commerce*.

## 2. Visi Specs Indonesia

Specs Indonesia memiliki visi yaitu menciptakan nilai bagi para stakeholder dalam industri olahraga dengan keunggulan kualitas produk dan *branding* yang kuat.

## 3. Misi Specs Indonesia

Menjadi Merk Olahraga yang paling didambakan melalui penyediaan produk dengan kualitas terbaik serta harga yang pantas.

## B. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap 84 responden yaitu *followers* dari akun *official* Specs Indonesia (@specs\_indonesia) secara online dengan bantuan *google form*. Untuk mengetahui gambaran responden yakni *followers@specs\_indonesia*, maka peneliti membaginya dalam beberapa kategori sebagai berikut:

### 1. Identitas Responden

#### a. Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin**  
**n = 84**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	61	72,6
Perempuan	23	27,4
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100</b>

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan jenis kelamin pada tabel di atas, dapat diketahui responden laki-laki berjumlah 61 orang dengan persentase 72,6% dan responden perempuan berjumlah 23 orang dengan persentase 27,4%, kemudian apabila dijumlah frekuensi dan persentase dari jenis kelamin laki-laki dan perempuan berjumlah 84 orang dengan jumlah persentase keseluruhan adalah 100%. Dengan ini, dapat

dilihat bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak dari jumlah responden perempuan.

**b. Usia**

**Tabel 4.2**

**Usia**

**n = 84**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
17 – 20 Tahun	20	23,8
21 – 25 Tahun	55	65,5
26 – 30 Tahun	6	7,1
>30 Tahun	3	3,6
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100</b>

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan usia pada tabel di atas, dapat diketahui responden usia 17-20 tahun berjumlah 20 orang dengan persentase 23,8%, responden usia 21-25 tahun berjumlah 55 orang dengan persentase 65,5%, responden usia 26-30 tahun dengan persentase 7,1%, responden usia >30 tahun berjumlah 3 orang dengan persentase 3,6%. Kemudian dapat disimpulkan responden usia 21-25 tahun merupakan usia yang sangat produktif dan memiliki tingkatan tinggi dalam membeli produk olahraga.

**c. Pendidikan**

**Tabel 4.3**

**Pendidikan**

**n = 84**

<b>Pendidikan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
SMA/Sederajat	25	29,8
D3	8	9,5
S1	51	60,7
S2	0	0
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100</b>

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan latar pendidikan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa latar belakang pendidikan responden berbeda-beda. Responden latar belakang SMA 25 orang dengan persentase

29,8%, latar belakang D3 8 orang dengan persentase 9,5% dan latar belakang S1 sebanyak 51 orang dengan persentase 60,7%. Kemudian dapat disimpulkan responden dengan latar belakang S1 paling banyak meminati produk-produk olahraga.

**d. Pekerjaan**

**Tabel 4.4**  
**Pekerjaan**  
**n = 84**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pelajar/Mahasiswa	70	83,3
Pegawai Negeri Sipil	1	1,2
Pegawai Swasta	8	9,5
lainnya	5	6
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100</b>

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan pekerjaan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa mayoritas pekerjaan responden yaitu pelajar/mahasiswa berjumlah 70 orang dengan persentase 83,3%, pegawai negeri sipil 1 orang dengan persentase 1,2%, pegawai swasta 8 orang dengan persentase 9,5%, dan lainnya 5 orang dengan persentase 6%. Maka dapat disimpulkan bahwa pelajar/mahasiswa paling banyak meminati produk-produk olahraga.

**2. Pernyataan Variabel X (Konten Instagram)**

Dalam mengetahui pernyataan dari responden-responden mengenai Konten Instagram (X), maka peneliti mengajukan 22 pertanyaan kepada *followers* akun Instagram @specs\_indonesia sebanyak 84 responden. Kuesioner ini terdapat empat kategori yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS) dengan masing- masing dari kategori tersebut diberi nilai 1,2,3, dan 4. Berikut hasil penelitian frekuensi jawaban responden mengenai

Konten Instagram (X) dapat dilihat pada beberapa sub indikator dibawah ini:

a. *Feed*

**Tabel 4.5**  
**Foto-foto di *Feed* akun Instagram @specs\_indonesia menampilkan foto produk yang menarik**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	3	3,6%
3	Setuju	46	54,8%
4	Sangat Setuju	35	41,7%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 35 responden (41,7%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 46 responden (54,8%) menyatakan setuju, sebanyak 3 orang (3,6%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 46 orang atau 54,8% menyatakan setuju bahwa mereka melihat foto-foto pada *Feed* akun Instagram @specs\_indonesia menampilkan foto produk yang menarik.

**Tabel 4.6**  
**Foto yang diunggah akun Instagram @specs\_indonesia menampilkan informasi mengenai produknya.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2,4%
3	Setuju	42	50%
4	Sangat Setuju	40	47,6%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 40 responden (47,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 42 responden (50%) menyatakan setuju, sebanyak 2 orang (2,4%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 42 orang atau 50% menyatakan setuju bahwa foto yang diunggah akun Instagram @specs\_indonesia menampilkan informasi mengenai produknya.

**Tabel 4.7**  
**Video yang diunggah akun Instagram @specs\_indonesia menampilkan produknya dengan menarik.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2,4%
3	Setuju	43	51,2%
4	Sangat Setuju	39	46,4%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 40 responden (47,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 42 responden (50%) menyatakan setuju, sebanyak 2 orang (2,4%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 42 orang atau 50% menyatakan setuju bahwa video yang diunggah akun Instagram @specs\_indonesia menampilkan produknya dengan menarik.

**Tabel 4.8**  
**Video yang diunggah akun Instagram @specs\_indonesia**  
**menampilkan informasi mengenai produknya.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2,4%
3	Setuju	45	53,6%
4	Sangat Setuju	37	44%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 37 responden (44%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 45 responden (53,6%) menyatakan setuju, sebanyak 2 orang (2,4%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 45 orang atau 53,6% menyatakan setuju bahwa vvideo yang diunggah akun Instagram @specs\_indonesia menampilkan informasi mengenai produknya.

**Tabel 4.9**  
**Akun Instagram @specs\_indonesia menggunakan caption**  
**yang bertujuan untuk memberikan informasi dari foto atau**  
**video yang diunggah.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2,4%
3	Setuju	48	57,1%
4	Sangat Setuju	34	40,5%

	Jumlah	84	100%
--	--------	----	------

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 34 responden (40,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 48 responden (57,1%) menyatakan setuju, sebanyak 2 orang (2,4%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 48 orang atau 57,1% menyatakan setuju bahwa akun Instagram @specs\_indonesia menggunakan *caption* yang bertujuan untuk memberikan informasi dari foto atau video yang diunggah.

**Tabel 4.10**  
**Akun Instagram @specs\_indonesia menggunakan caption yang mudah dipahami.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	4	4,8%
3	Setuju	39	46,4%
4	Sangat Setuju	41	48,8%
	Jumlah	84	100%

hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 41 responden (48,8%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 39 responden (46,4%) menyatakan setuju, sebanyak 4 orang (4,8%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 41 orang

atau 48,8% menyatakan sangat setuju bahwa akun Instagram @specs\_indonesia menggunakan *caption* yang mudah dipahami.

**b. Instagram Story**

**Tabel 4.11**  
**Akun Instagram @specs\_indonesia memanfaatkan fitur Instagram Story untuk menyampaikan informasi mengenai produk terbarunya.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2,4%
3	Setuju	45	53,6%
4	Sangat Setuju	37	44%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 37 responden (44%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 45 responden (53,6%) menyatakan setuju, sebanyak 2 orang (2,4%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 45 orang atau 53,6% menyatakan setuju bahwa Akun Instagram @specs\_indonesia memanfaatkan fitur Instagram *Story* untuk menyampaikan informasi mengenai produk terbarunya.

**Tabel 4.12**  
**Pada Instagram Story @specs\_indonesia saya tertarik mengklik link pembelian produk, karena Instagram Story hanya dapat dilihat 1 x 24 jam**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%

2	Tidak Setuju	11	13,1%
3	Setuju	43	51,2%
4	Sangat Setuju	29	34,5%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 29 responden (34,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 43 responden (51,2%) menyatakan setuju, sebanyak 11 orang (13,1%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 43 orang atau 51,2% menyatakan setuju bahwa pada InstagramStory @specs\_indonesiatertarik mengklik link pembelian produk, karena Instagram Story hanya dapat dilihat 1 x 24 jam.

**Tabel 4.13**

**Akun Instagram @specs\_indonesia memanfaatkan fitur highlight (sorotan) bagi yang melewatkan Instagram Story**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	2	2,4%
3	Setuju	42	50%
4	Sangat Setuju	39	46,4%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 39 responden (46,4%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 42 responden (50%) menyatakan setuju, sebanyak 2 orang (2,4%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 42 orang atau 50% menyatakan setuju bahwa akun Instagram @specs\_indonesia memanfaatkan fitur *highlight* (sorotan) bagi yang melewati Instagram *Story*.

**c. Reels**

**Tabel 4.14**  
**Pada feed akun Instagram @specs\_indonesia memanfaatkan reels untuk menyampaikan informasi mengenai produknya**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	3	3,6%
3	Setuju	44	52,4%
4	Sangat Setuju	37	44%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 37 responden (44%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 44 responden (52,4%) menyatakan setuju, sebanyak 3 orang (3,6%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 44 orang atau 52,4% menyatakan setuju bahwa pada *feed* akun Instagram @specs\_indonesia memanfaatkan *reels* untuk menyampaikan informasi mengenai produknya.

**Tabel 4.15**  
**Pada feed akun Instagram @specs\_indonesia menggunakan reels dengan musik yang sedang trending.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase

1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	8	9,5%
3	Setuju	41	48,8%
4	Sangat Setuju	34	40,5%
	Jumlah	84	100%

S  
u  
m  
b  
e  
r:

hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 34 responden (40,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 41 responden (48,8%) menyatakan setuju, sebanyak 8 orang (9,5%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 41 orang atau 48,8% menyatakan setuju bahwa pada *feed* akun Instagram @specs\_indonesia menggunakan *reels* dengan musik yang sedang trending.

**Tabel 4.16**

**Pada fitur reels akun Instagram @specs\_indonesia dengan durasi 15 hingga 90 detik sudah memberikan informasi produk dengan baik.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	5	6%
3	Setuju	48	57,1%
4	Sangat Setuju	31	36,9%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 31 responden (36,9%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 48 responden (57,1%) menyatakan setuju, sebanyak 5 orang (6%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 48 orang atau 57,1% menyatakan setuju bahwa pada pada fitur *reels* akun Instagram @specs\_indonesia dengan durasi 15 hingga 90 detik sudah memberikan informasi produk dengan baik.

**d. Follow**

**Tabel 4.17**  
**Mengikuti (*follow*) akun Instagram @specs\_indonesia karena menurut saya akun tersebut menarik untuk diikuti**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	7	8,3%
3	Setuju	48	57,1%
4	Sangat Setuju	28	33,3%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 28 responden (33,3%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 48 responden (57,1%) menyatakan setuju, sebanyak 7 orang (8,3%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 48 orang atau 57,1% menyatakan setuju bahwa mereka mengikuti (*follow*) akun Instagram @specs\_indonesia karena menurut mereka akun tersebut menarik untuk diikuti.

**Tabel 4.18**  
**Mengikuti (*follow*) akun Instagram @specs\_indonesia karena menurut saya unggahan akun tersebut menarik**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase

1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	7	8,3%
3	Setuju	52	61,9%
4	Sangat Setuju	24	28,6%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 24 responden (28,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 52 responden (61,9%) menyatakan setuju, sebanyak 7 orang (8,3%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 52 orang atau 61,9% menyatakan setuju bahwa mereka mengikuti (*follow*) akun Instagram @specs\_indonesia karena menurut mereka unggahan akun tersebut menarik.

**Tabel 4.19**  
**Mengikuti (*follow*) akun Instagram @specs\_indonesia karena tertarik dengan konten produk yang diunggah.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	7	8,3%
3	Setuju	48	57,1%
4	Sangat Setuju	29	34,5%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 29 responden (34,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 48 responden (57,1%) menyatakan setuju, sebanyak 7 orang (8,3%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 48 orang atau 57,1% menyatakan setuju bahwa mereka mengikuti (*follow*) akun Instagram @specs\_indonesia karena tertarik dengan konten produk yang diunggah.

e. *Like*

**Tabel 4.20**  
**Saya sering memberikan *like* pada unggahan konten-konten akun Instagram @specs\_indonesia.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3,6%
2	Tidak Setuju	12	14,3%
3	Setuju	43	51,2%
4	Sangat Setuju	26	31%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 26 responden (31%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 43 responden (51,2%) menyatakan setuju, sebanyak 12 orang (14,3%) menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 3 responden (3,6%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 43 orang atau 51,2% menyatakan setuju bahwa mereka sering memberikan *like* pada unggahan konten-konten akun Instagram @specs\_indonesia.

**Tabel 4.21**  
**Banyaknya jumlah *like* dalam konten Instagram @specs\_indonesia menandakan foto menarik perhatian.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase

1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	5	6%
3	Setuju	37	44%
4	Sangat Setuju	42	50%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 42 responden (50%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 37 responden (44%) menyatakan setuju, sebanyak 5 orang (6%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 42 orang atau 50% menyatakan sangat setuju bahwa banyaknya jumlah *like* dalam konten Instagram @specs\_indonesia menandakan foto menarik perhatian.

**Tabel 4.22**  
**Banyaknya jumlah *like* dalam konten Instagram @specs\_indonesia menandakan video menarik perhatian.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	6	7,1%
3	Setuju	40	47,6%
4	Sangat Setuju	38	45,2%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 38 responden (45,2%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 40 responden (47,6%) menyatakan setuju, sebanyak 6 orang (7,1%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 40 orang atau 47,6% menyatakan setuju bahwa Banyaknya jumlah *like* dalam konten Instagram @specs\_indonesia menandakan video menarik perhatian.

**Tabel 4.23**  
**Banyaknya jumlah *like* dalam konten Instagram @specs\_indonesia menandakan *caption* menarik perhatian.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
S1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
u <sub>2</sub> m	Tidak Setuju	5	6%
b3	Setuju	47	56%
e4 r	Sangat Setuju	32	38,1%
:	Jumlah	84	100%

hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 32 responden (38,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 47 responden (56%) menyatakan setuju, sebanyak 5 orang (6%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 47 orang atau 56% menyatakan setuju bahwa banyaknya jumlah *like* dalam konten Instagram @specs\_indonesia menandakan *caption* menarik perhatian.

**f. *Comment***

**Tabel 4.24**  
**Banyaknya jumlah komentar konten Instagram @specs\_indonesia menandakan produk menarik.**

n = 84
--------

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	3	3,6%
3	Setuju	49	58,3%
4	Sangat Setuju	32	38,1%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 32 responden (38,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 49 responden (58,3%) menyatakan setuju, sebanyak 3 orang (3,6%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 49 orang atau 58,3% menyatakan setuju bahwa banyaknya jumlah komentar konten Instagram @specs\_indonesia menandakan produk menarik.

**Tabel 4.25**

**Sebagai *followers* tertarik untuk mengomentari konten pada unggahan akun Instagram @specs\_indonesia.**

S u n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	9	10,7%
3	Setuju	49	58,3%
4	Sangat Setuju	25	29,8%
	Jumlah	84	100%

il penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 25 responden (29,8%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 49 responden (58,3%) menyatakan setuju, sebanyak 9 orang (10,7%)

menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 49 orang atau 58,3% menyatakan setuju bahwa mereka sebagai followers tertarik untuk mengomentari konten pada unggahan akun Instagram @specs\_indonesia.

**Tabel 4.26**  
**Saya senang dapat memberikan kesan, keluhan dan saran kepada Specs Indonesia di akun Instagramnya.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3,6%
2	Tidak Setuju	4	4,8%
3	Setuju	50	59,5%
4	Sangat Setuju	27	32,1%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 27 responden (32,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 50 responden (59,5%) menyatakan setuju, sebanyak 4 orang (4,8%) menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 3 responden (3,6%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 50 orang atau 59,5% menyatakan setuju bahwa mereka senang dapat memberikan kesan, keluhan dan saran kepada Specs Indonesia di akun Instagramnya.

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

#### a. *Behavior Measures*

**Tabel 4.27**  
**Saya mengunjungi akun Instagram @specs\_indonesia untuk mencari informasi terkait beberapa produk yang akan saya beli.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	4	4,8%
3	Setuju	40	47,6%
4	Sangat Setuju	39	46,4%
:	Jumlah	84	100%

hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 39 responden (46,4%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 40 responden (47,6%) menyatakan setuju, sebanyak 4 orang (4,8%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 40 orang atau 47,6% menyatakan setuju bahwa mereka mengunjungi akun Instagram @specs\_indonesia untuk mencari informasi terkait beberapa produk yang akan saya beli.

**Tabel 4.28**  
**Saya mengunjungi akun Instagram @specs\_indonesia untuk melakukan pembelian kembali**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	7	8,3%
3	Setuju	46	54,8%
4	Sangat Setuju	30	35,7%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 30 responden (35,7%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 46 responden (54,8%) menyatakan setuju, sebanyak 7 orang (8,3%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 46 orang atau 54,8% menyatakan setuju bahwa mereka mengunjungi akun Instagram @specs\_indonesia untuk melakukan pembelian Kembali

**Tabel 4.29**  
**Specs Indonesia adalah pilihan utama saya sebagai produk pakaian olahraga.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	12	14,3%
3	Setuju	44	52,4%
4	Sangat Setuju	27	32,1%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 27 responden (32,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 44 responden (52,4%) menyatakan setuju, sebanyak 12 orang (14,3%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 44 orang atau 52,4% menyatakan setuju bahwa Specs Indonesia adalah pilihan utama mereka sebagai produk pakaian olahraga.

**b. *Measuring Switch Cost***

**Tabel 4.30**

**Saya memilih Specs Indonesia karena harganya yang terjangkau.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	2	2,4%
3	Setuju	43	51,2%
4	Sangat Setuju	38	45,2%
	Jumlah	84	100%

hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 38 responden (45,2%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 43 responden (51,2%) menyatakan setuju, sebanyak 2 orang (2,4%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers @specs\_indonesia* yaitu sebanyak 43 orang atau 51,2% menyatakan setuju bahwa mereka memilih Specs Indonesia karena harganya yang terjangkau.

**Tabel 4.31**  
**Harga produk Specs Indonesia sesuai dengan kemampuan daya beli saya.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	2	2,4%
3	Setuju	48	57,1%
4	Sangat Setuju	33	39,3%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 33 responden (39,3%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 48

responden (57,1%) menyatakan setuju, sebanyak 2 orang (2,4%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 48 orang atau 57,1% menyatakan setuju bahwa harga produk Specs Indonesia sesuai dengan kemampuan daya beli mereka.

**Tabel 4.32**  
**Harga produk Specs Indonesia lebih rendah dari produk merek olahraga lainnya.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2,4%
2	Tidak Setuju	11	13,1%
3	Setuju	46	54,8%
4	Sangat Setuju	25	29,8%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 25 responden (29,8%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 46 responden (54,8%) menyatakan setuju, sebanyak 11 orang (13,1%) menyatakan tidak setuju, dan 2 responden (2,4%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 46 orang atau 54,8% menyatakan setuju bahwa harga produk Specs Indonesia lebih rendah dari produk merek olahraga lainnya.

**c. *Measuring Satisfaction***

**Tabel 4.33**  
**Saya merasa puas dengan kualitas produk Specs Indonesia.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	2	2,4%
3	Setuju	41	48,8%
4	Sangat Setuju	40	47,6%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 40 responden (47,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 41 responden (48,8%) menyatakan setuju, sebanyak 2 orang (2,4%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 41 orang atau 48,8% menyatakan setuju bahwa mereka merasa puas dengan kualitas produk Specs Indonesia.

**Tabel 4.34**  
**Saya merasa kualitas produk Specs Indonesia baik.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	2	2,4%
3	Setuju	42	50%
4	Sangat Setuju	40	47,6%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 40 responden (47,6%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 42 responden (50%) menyatakan setuju, sebanyak 2 orang (2,4%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 42 orang atau 50% menyatakan setuju bahwa mereka merasa kualitas produk Specs Indonesia baik.

**Tabel 4.35**  
**Saya merasa kualitas produk Specs Indonesia baik dibandingkan kompetitor lainnya.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	4	4,8%
3	Setuju	45	53,6%
4	Sangat Setuju	34	40,5%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 34 responden (40,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 45 responden (53,6%) menyatakan setuju, sebanyak 4 orang (4,8%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 45 orang atau 53,6% menyatakan setuju bahwa mereka merasa kualitas produk Specs Indonesia baik dibandingkan kompetitor lainnya.

**d. *Measuring Liking Brand***

**Tabel 4.36**  
**Saya bersedia membayar lebih untuk mendapatkan produk Specs Indonesia.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase

1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	15	17,9%
3	Setuju	42	50%
4	Sangat Setuju	27	32,1%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 27 responden (32,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 42 responden (50%) menyatakan setuju, sebanyak 15 orang (17,9%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers @specs\_indonesia* yaitu sebanyak 42 orang atau 50% menyatakan setuju bahwa mereka bersedia membayar lebih untuk mendapatkan produk Specs Indonesia.

**Tabel 4.37**

**Saya tidak merasa dirugikan jika harus membayar lebih untuk mendapatkan produk Specs Indonesia.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	11	13,1%
3	Setuju	44	52,4%
4	Sangat Setuju	28	33,3%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 28 responden (33,3%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 44 responden (52,4%) menyatakan setuju, sebanyak 11 orang (13,1%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 44 orang atau 52,4% menyatakan setuju bahwa mereka tidak merasa dirugikan jika harus membayar lebih untuk mendapatkan produk Specs Indonesia.

e. *Measuring Commitment*

**Tabel 4.38**  
**Saya tidak akan mengganti produk Specs Indonesia dengan yang lain.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3,6%
2	Tidak Setuju	20	23,8%
3	Setuju	38	45,2%
4	Sangat Setuju	23	27,4%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 23 responden (27,4%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 38 responden (45,2%) menyatakan setuju, sebanyak 20 orang (23,8%) menyatakan tidak setuju, dan 3 responden (3,6%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 38 orang atau 45,2% menyatakan setuju bahwa mereka tidak akan mengganti produk Specs Indonesia dengan yang lain.

**Tabel 4.39**  
**Saya akan merekomendasikan Specs Indonesia kepada orang terdekat saya secara langsung maupun tidak langsung.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
2	Tidak Setuju	5	6%
3	Setuju	46	54,8%
4	Sangat Setuju	32	38,1%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 32 responden (38,1%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 46 responden (54,8%) menyatakan setuju, sebanyak 5 orang (6%) menyatakan tidak setuju, dan satu responden (1,2%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 46 orang atau 54,8% menyatakan setuju bahwa mereka akan merekomendasikan Specs Indonesia kepada orang terdekat mereka secara langsung maupun tidak langsung.

**Tabel 4.40**  
**Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang Specs Indonesia kepada orang di sekitar saya yang ingin melakukan pembelian.**

n = 84			
No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2	Tidak Setuju	3	3,6%
3	Setuju	47	56%
4	Sangat Setuju	34	40,5%
	Jumlah	84	100%

Sumber: hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa sebanyak 34 responden (40,5%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 47

responden (56%) menyatakan setuju, sebanyak 3 orang (3,6%) menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju.

Dengan demikian hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas *followers* @specs\_indonesia yaitu sebanyak 47 orang atau 56% menyatakan setuju bahwa mereka akan mengatakan hal-hal positif tentang Specs Indonesia kepada orang di sekitar mereka yang ingin melakukan pembelian.

### C. Rekapitulasi Variabel X dan Variabel Y

Berikut ialah rekapitulasi hasil pengembangan dari indikator pendukung variabel X yaitu pengaruh Konten Instagram @specs\_indonesia dan variabel Y yaitu brand oyalty, berdasarkan tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.41**  
**Rekapitulasi Variabel**  
**Variabel Konten Instagram**

No	Pernyataan	Mean
1	Pernyataan 1	3,38
2	Pernyataan 2	3,45
3	Pernyataan 3	3,44
4	Pernyataan 4	3,41
5	Pernyataan 5	3,38
6	Pernyataan 6	3,44
7	Pernyataan 7	3,41
8	Pernyataan 8	3,19
9	Pernyataan 9	3,41
10	Pernyataan 10	3,40
11	Pernyataan 11	3,28
12	Pernyataan 12	3,30
13	Pernyataan 13	3,22

14	Pernyataan 14	3,17
15	Pernyataan 15	3,26
16	Pernyataan 16	3,09
17	Pernyataan 17	3,44
18	Pernyataan 18	3,38
19	Pernyataan 19	3,32
20	Pernyataan 20	3,45
21	Pertanyaan 21	3,16
22	Pertanyaan 22	3,20
Rata-rata		3,32

Berdasarkan rekapitulasi variabel konten instagram (X) di atas maka dapat dilihat bahwa nilai terendah terdapat pada pertanyaan ke 16 yaitu 3.09 dengan pertanyaan “Saya sering memberikan like pada unggahan konten-konten akun Instagram @specs\_indonesia”. selain itu nilai tertinggi pada pertanyaan ke 2 dengan pertanyaan “Foto yang diunggah akun Instagram @specs\_indonesia menampilkan informasi mengenai produknya” dan pertanyaan ke 20 dengan pertanyaan “Banyaknya jumlah komentar konten Instagram @specs\_indonesia menandakan produk menarik.”

**Tabel 4.42**  
**Rekapitulasi Variabel Y**  
**Variabel *Brand loyalty***

No	Pernyataan	Mean
1	Pernyataan 1	3,39
2	Pernyataan 2	3,25
3	Pernyataan 3	3,15
4	Pernyataan 4	3,40
5	Pernyataan 5	3,34
6	Pernyataan 6	3,11
7	Pernyataan 7	3,42

8	Pernyataan 8	3,45
9	Pernyataan 9	3,33
10	Pernyataan 10	3,14
11	Pernyataan 11	3,17
12	Pernyataan 12	2,96
13	Pernyataan 13	3,29
14	Pernyataan 14	3,36
Rata-rata		3,26

Berdasarkan rekapitulasi variabel *brand loyalty* (y) di atas maka dapat dilihat bahwa nilai terendah terdapat pada pertanyaan ke 12 yaitu 2,96 dengan pertanyaan “Saya tidak akan mengganti produk Specs Indonesia dengan yang lain”. selain itu nilai tertinggi pada pertanyaan ke 8 dengan pertanyaan “Saya merasa kualitas produk Specs Indonesia baik”. Data diatas menjelaskan mean atau rata-rata dari hasil rekapitulasi hasil jawaban responden mengenai pertanyaan dari variabel X dan Y.

#### **D. Uji Kualitas Data**

##### **1. Uji Validitas**

Pengukuran validitas pertanyaan diperoleh dari hasil uji coba yang sudah diajukan kepada responden followers Instagram @specs\_indonesia berjumlah 84 orang dengan 30 pertanyaan yang diajukan. Hasil validitas dari instrument pernyataan untuk setiap nomor ditujukan pada baris Pearson Correlation. Untuk itu perlu diketahui validnya terhadap pernyataan yang telah diajukan, maka r hitung perlu dibandingkan dengan r tabel.

Dengan jumlah responden 84 orang (n=84) maka r tabel dengan taraf signifikansi 10% adalah pada taraf signifikansi 0,180. Pernyataan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Berikut hasil uji validitas instrumen variabel konten Instagram (X):

**a. Hasil Uji Validitas Variabel X (Konten Instagram)**

**Tabel 4.43**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
KI1	0,736	0,180	Valid
KI2	0,712	0,180	Valid
KI3	0,617	0,180	Valid
KI4	0,708	0,180	Valid
KI5	0,620	0,180	Valid
KI6	0,749	0,180	Valid
KI7	0,651	0,180	Valid
KI8	0,664	0,180	Valid
KI9	0,573	0,180	Valid
KI10	0,744	0,180	Valid
KI11	0,653	0,180	Valid
KI12	0,742	0,180	Valid
KI13	0,717	0,180	Valid
KI14	0,741	0,180	Valid
KI15	0,792	0,180	Valid
KI16	0,678	0,180	Valid
KI17	0,768	0,180	Valid
KI18	0,691	0,180	Valid
KI19	0,673	0,180	Valid
KI20	0,739	0,180	Valid
KI21	0,631	0,180	Valid
KI22	0,591	0,180	Valid

Sumber: Perhitungan SPSS *For Windows* 23

Berdasarkan hasil tanggapan kepada 84 responden di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sebanyak 22 pernyataan pada variabel konten Instagram (X) tersebut dinyatakan valid, artinya kuesioner penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur konten Instagram dengan responden yaitu pada *followers* akun Instagram @specs\_indonesia. karena nilai pada r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 10% (0,1) adalah 0,180.

**b. Hasil Uji Validitas Variabel Y (*Brand loyalty*)**

**Tabel 4.44**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Y (*Brand loyalty*)**

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
BL1	0,651	0,180	Valid

BL2	0,725	0,180	Valid
BL3	0,705	0,180	Valid
BL4	0,721	0,180	Valid
BL5	0,731	0,180	Valid
BL6	0,642	0,180	Valid
BL7	0,688	0,180	Valid
BL8	0,704	0,180	Valid
BL9	0,756	0,180	Valid
BL10	0,747	0,180	Valid
BL11	0,740	0,180	Valid
BL12	0,714	0,180	Valid
BL13	0,825	0,180	Valid
BL14	0,746	0,180	Valid

Sumber: Perhitungan SPSS *For Windows 23*

Berdasarkan hasil tanggapan kepada 84 responden di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sebanyak 14 pertanyaan pada variabel *brand loyalty* (Y) dinyatakan Valid. Hal ini mengartikan kuesioner dalam penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur seberapa pengaruh Konten Instagram @specs\_indonesia terhadap *brand loyalty* karena nilai pada kolom r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 10% (0,1) adalah 0,180.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan suatu kuesioner. Data kuesioner harus dapat diandalkan dengan penghitungan r hitung lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha* yaitu 0,06. Berikut hasil perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS versi 23:

### a. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Konten Instagram)

**Tabel**

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	22

Sumber: *Output SPSS Versi 23 (2022)*

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, dapat dilihat bahwa dari 22 pertanyaan pada kuesioner variabel Konten Instagram (X) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,946 dengan nilai tersebut maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan pada variabel X yaitu realibilitas tinggi dan reliabel.

**b. Hasil Uji Realibilitas Variabel Y (*Brand loyalty*)**

**Tabel 4.46**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	14

Berdasarkan tabel uji reliabilitas diatas, dapat dilihat bahwa dari 14 pertanyaan dalam kuesioner variabel *brand loyalty* (Y) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,927 dengan nilai tersebut maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan variabel Y yaitu reliabilitas tinggi dan reliabel.

**E. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Tujuan analisis regresi sederhana untuk mengetahui adanya pengaruh secara signifikan antar variabel Konten Instagram (X) terhadap *brand loyalty* (Y). Hasil analisis regresi sederhana pada penelitian ini terdapat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.47**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	.554	2.868

Konten Instagram	.617	.039
---------------------	------	------

Sumber: *Output SPSS Versi 23 (2022)*

Berdasarkan pada tabel hasil pengolahan data diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,554 + 0,617X + \epsilon$$

Koefisien-koefisien persamaan regresi linier sederhana diatas dapat dipahami berikut ini :

1.  $\alpha = 0,554$  mengartikan jika nilai X (Konten Instagram) = 0, maka nilai Y (*brand loyalty*) akan menunjukkan tingkat atau sebesar 0,554, dalam arti lain jika tidak ada Konten Instagram maka *brand loyalty* akan bernilai sebesar 0,554 point.
2.  $\beta_1 = 0,617$  mengartikan bahwa koefisien regresi variabel (Konten Instagram) memiliki arah regresi positif, dimana kenaikan 1 poin pada nilai X (konten Instagram) maka nilai Y (*brand loyalty*) akan meningkat sebesar 0,617 point dan sebaliknya.

## F. Uji Hipotesis

Dilakukannya Uji hipotesis untuk menguji apakah adanya pengaruh atau tidak pada koefisien regresi. Uji hipotesis juga dilakukan untuk membuktikan bahwa hipotesis sementara yang sebelumnya dilakukan.

### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi untuk melihat kemampuan sebuah variabel X dalam menjelaskan Variabel Y yang dapat dilihat melalui hasil perhitungan R Square. Hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dilihat ditabel ini:

**Tabel 4.48**  
**Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.869 <sup>a</sup>	.755	.752	3.25891

Su  
m  
be

r: *Output SPSS Versi 23 (2022)*

Hasil data R Square diatas adalah 0,755 Hal ini mengartikan bahwa variabel *brand loyalty* (Y) dipengaruhi oleh variabel konten Instagram (X) sebesar 75,5% sedangkan 24,5% (100%-75,5%) dipengaruhi oleh variabel lain atau diluar penelitian.

## 2. Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji secara parsial atau uji t digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel konten Instagram dengan variabel *brand loyalty* secara parsial. Hasil perhitungan data SPSS uji t sebagai berikut:

**Tabel 4.49**  
**Uji t/parsial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.554	2.868		.193	.847
Konten Instagram	.617	.039	.869	15.911	.000

t Sumber: *Output SPSS Versi 23 (2022)*

abel diatas dengan membandingkan t hitung dengan tabel t dimana tabel t diperoleh dengan melihat tabel t dengan mempertimbangkan nilai signifikansi 0,1 dengan  $df = (n-k)$  atau  $df$  sebesar 82 maka

diperoleh hasil t tabel sebesar 1,663. Maka disimpulkan sebagai berikut:

a. Pengaruh konten Instagram terhadap *brand loyalty*

Hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui bahwa t hitung > t tabel (15,911 > 1,663) dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,1. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak. Maka dalam hal ini mengartikan konten Instagram berpengaruh positif terhadap *brand loyalty*. Sehingga dapat dikatakan H1 diterima karena Konten Instagram secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*.

**3. Uji f (Uji Secara Simultan/Bersama-sama)**

Uji F atau secara simultan dilakukan untuk melihat apakah variabel konten Instagram secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel *brand loyalty*. Tingkat signifikansi pada uji ini digunakan sebesar 10% (0,1) dengan derajat kebebasan  $df = 84-2 = 82$ .

**Tabel 4.50**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2688.787	1	2688.787	253.170	.000 <sup>b</sup>
	Residual	870.879	82	10.620		
	Total	3559.667	83			

a. Dependent Variable: *Brand loyalty*

b. Predictors: (Constant), Konten Instagram

u

er: *Output SPSS Versi 23 (2022)*

Dari perhitungan uji F diatas dapat diketahui F hitung > F tabel (253,170 > 2,77) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,1 atau 10%. Maka dapat diartikan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima.

dengan ini variabel Konten Instagram secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*.

## **G. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini terdapat dua variabel Konten Instagram (X) dan variabel *brand loyalty* (Y). Konten Instagram merupakan suatu strategi Specs Indonesia untuk memberikan informasi mengenai produk-produk olahraganya pada Instagram @specs\_indonesia dan juga strategi untuk menjaga loyalitas konsumen terhadap brand Specs Indonesia. Pada penelitian ini populasi berjumlah 741.000 pengikut (followers) pada akun Instagram @specs\_indonesia. jumlah followers tersebut direduksi dengan mengambil followers aktif yang mengandung unsur *brand loyalty* dan memberikan komentar pada unggahan akun Instagram @specs\_indonesia.

Data pada penelitian ini diambil pada tanggal 15 juni hingga 14 juli 2022, sehingga populasinya menjadi 520 orang dengan berbagai karakteristik atau kriteria yang telah ditentukan, dan merupakan konsumen dari Specs Indonesia (sudah membeli produk sebanyak 2 kali atau lebih). Sedangkan sampel pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus taro yamane dengan signifikansi 10%, sehingga hasil penghitungan sampel menjadi total 84 responden.

Setelah mengetahui data populasi dan sampel untuk penelitian ini, penelitian ini dilakukan analisis data kepada 84 responden tersebut. Dengan ini, dapat diketahui mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 61 orang dengan frekuensi 72,6%, responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 23 orang dengan frekuensi 27,4%. Selain itu peneliti juga mendapatkan data usia responden dengan mayoritas usia 17-20 tahun berjumlah 20 orang dengan frekuensi 23,8%, usia 21-25 tahun berjumlah 55 orang dengan frekuensi 65,5%, usia 26-30 tahun berjumlah 6 orang dengan frekuensi 7,1% dan usia diatas 30 tahun berjumlah 30 orang dengan frekuensi 3,6%. Adapun data tingkatan pendidikan responden dengan mayoritas pendidikan SMA/Sederajat berjumlah 25 orang dengan

frekuensi 29,8%, pendidikan D3 berjumlah 8 orang dengan frekuensi 9,5% dan pendidikan S1 berjumlah 51 orang dengan frekuensi 60,7%. Tidak hanya itu, terdapat data pekerjaan responden yang mana bermayoritas pekerjaan pelajar/mahasiswa berjumlah 70 orang dengan frekuensi 83,3%, pegawai negeri sipil sebanyak satu orang dengan frekuensi 1,2%, pegawai swasta berjumlah 8 orang dengan frekuensi 9,5% dan lainnya berjumlah 5 orang dengan frekuensi 6%. Dengan hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa penelitian pengaruh konten Instagram @specs\_indonesia terhadap *brand loyalty* didominasi oleh mayoritas responden seorang laki-laki dengan rentang usia dari 21 hingga 25 tahun yang memiliki latar belakang pendidikan S1 dan mayoritas pelajar atau mahasiswa.

Berdasarkan hasil pernyataan pada setiap variabel dapat diketahui bahwa pengaruh dari masing-masing variabel menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel konten Instagram (X) terhadap *brand loyalty* (Y) dan menunjukkan pengaruh yang positif. Pada variabel penelitian ini memenuhi ketentuan uji validitas dengan hasil perhitungan dari  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yang telah memenuhi syarat atau kevalidan yang dapat dilihat pada hasil uji validitas. Untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidaknya konten Instagram @specs\_indonesia terhadap *brand loyalty* maka dari itu perlu dilakukannya pengujian hipotesis yang terdapat pada analisis regresi linier sederhana yaitu uji  $t$  dengan tujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi. Untuk itu kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel.

Hasil penelitian yang dilakukan dilihat pada hasil uji hipotesis yakni dapat diketahui bahwa  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $15,911 > 1,663$ ) dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,1$ . Dengan ini dapat disimpulkan  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Maka variabel X yaitu konten Instagram berpengaruh positif terhadap *brand loyalty* sehingga dapat dikatakan bahwa konten Instagram secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*, yang mengartikan  $H_1$  dapat diterima. dari hasil perhitungan uji F diatas dapat diketahui  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel ( $253,170 > 2,77$ ) dengan

nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,1 atau 10%. Maka dengan ini dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. hal ini mengartikan bahwa variabel konten Instagram secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand loyalitas.

Hasil uji regresi linear sederhana pada koefisien determinasi R square ( $R^2$ ) menunjukkan angka 0,755 bahwa variabel brand loyalty (Y) dipengaruhi oleh variabel konten Instagram (X) sebesar 75,5% sedangkan 24,5% ( $100\% - 75,5\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain atau diluar penelitian lain. Hal ini membuktikan pada penelitian yang telah dilakukan bahwa adanya pengaruh konten Instagram dalam bisnis ritel Specs Indonesia semakin meningkatkan *brand loyalty* atau loyalitas konsumen terhadap *brand*.