

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Gambaran Singkat Erigo

Adaptasi era normal baru (*new normal*) mempengaruhi berbagai aspek di kehidupan masyarakat, termasuk gaya berpakaian. Dengan adanya kebijakan yang membatasi aktivitas fisik banyak masyarakat yang cenderung memilih gaya pakaian yang sederhana hingga membeli produk-produk lokal. Hal ini membuat masyarakat tidak asing dengan brand fashion lokal, Erigo.

Erigo adalah sebuah lokal brand fashion Indonesia yang memiliki kualitas tinggi dan desain yang mendukung untuk bepergian dan kebutuhan sehari-hari. Erigo didirikan oleh Muhammad Sadad pada tahun 2011. Sebelum menjadi merek Erigo Muhammad Sadad menjual produk berkonsep batik dan ikat. Namun, konsep tersebut sepi peminat hingga akhirnya beralih ke konsep kasual dan mengubah identitas merek saat peluncuran webstore. Erigostore.co.id pada tahun 2013.

Berbagai upaya dilakukan Erigo untuk mengembangkan brandnya. Erigo selalu berpartisipasi dalam acara offline seperti JakCloth. Selain itu Erigo terus berpromosi di acara-acara luring dan akhirnya melebarkan sayap ke pemasaran daring dengan bergabung ke dalam Shopee pada 2017 lalu.

Selain bergabung dengan *platform e-commerce* Erigo juga menggunakan media sosial Instagram untuk mempromosikan produk-produknya.

Erigo sendiri sering mengikuti *event-event* pameran untuk memperkenalkan dan membentuk *brand image* di mata konsumen. Namun semua usaha itu belum cukup kuat untuk membuat Erigo bertahan di dunia fashion. Di tahun 2021 Erigo mencoba mengepakan sayapnya di dunia fashion Internasional. Dengan didukung oleh Shoppe dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Erigo mengikuti New York *Fashion Week*. Hal ini tak lain bertujuan untuk membentuk suatu identitas atau ciri khas pada *brand* Erigo di mata dunia. Dilansir dari Anantara, bahwa setelah keterlibatan Erigo dalam New York *Fashion Week*, *Brand* Erigo menjadi lebih dikenal oleh masyarakat.

4.2 Teknik Analisis Data

4.2.1 Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap 83 responden dan dibagi dalam beberapa kategori yaitu sebagai berikut:

a) Jenis Kelamin

Tabel 4. 1Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1.	Perempuan	49	59
2.	Laki-laki	34	41
Jumlah		83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan dari data jenis kelamin diatas, dari total 83 responden yang terdiri dari 34 responden laki-laki dan 49 perempuan. Responden paling banyak berjenis kelamin perempuan dengan presentasi sebanyak 59%.

b) Usia

Tabel 4. 2 Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentasi
1.	< 17 tahun	7	8,4
2.	18-23 tahun	59	71,1
3.	24-29 tahun	15	18,1
4.	> 30 tahun	2	2,4
Jumlah		83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan data usia pada tabel diatas yang terdiri dari 83 responden, ada sebanyak 7 orang (8,4%) yang usianya < 17 tahun, 59 (71,1%) orang berusia 18-23 tahun, 15 orang (18,1%) yang berusia 24-29 tahun dan 2 orang (2,4%) berusia > 30 tahun. Maka dari data tersebut usia terbanyak 18-23 tahun.

c) **Pekerjaan**

Tabel 4. 3 Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentasi
1	Pelajar/Mahasiswa	25	30,1
2	Karyawan	45	54,2
3	Wirausaha	6	7,3
4	Ibu Rumah Tangga	1	1,2
5	Freelance	4	4,8
6	Lainnya	2	2,4
Jumlah		83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan dari tabel pekerjaan diatas yang terdiri dari 83 responden, terdapat 25 orang (30,1%) sebagai pelajar/mahasiswa, 45 orang (54,2) adalah karyawan, 6 orang (7,3%) adalah wirausaha, 1 orang (1,2%) adalah ibu rumah tangga, 4 orang (4,8%) adalah *freelance*, 2 orang (2,4%). Maka dari data tersebut, pekerjaan terbanyak responden adalah Karyawan dengan presentasi 54,2%.

d) **Mengikuti Akun Instagram @erigostore**

Tabel 4. 4 Mengikuti @erigostore

No	Mengikuti Akun Instagram @erigostore	Frekuensi	Presentasi
----	---	-----------	------------

1	Ya	64	77,1
2	Tidak	19	22,9
Jumlah		83	100

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan dari tabel mengikuti akun isntagram @erigostore diatas yang terdiri 83 responden, terdapat 64 orang (77,1%) mengikuti akun @erigostore dan 19 orang (22,9%) tidak mengikuti akun @erigostore. Maka dari data tersebut, responden terbanyak mengikuti akun Instagram @erigostore dengan persentasi 77,1%.

e) Pernah melihat postingan tentang New York Fashion Week 2022

Tabel 4. 5 Melihat Postingan tentang New York Fashion Week 2022

No	Melihat Postingan tentang New York Fashion Week 2022	Frekuensi	Presentasi
1.	Pernah	83	100
2.	Tidak Pernah	0	0
Jumlah		83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan dari tabel mengetahui postingan erigo tentang New York Fashion Week 2022 diatas yang terdiri dari 83 responden 83 orang (100%) pernah melihat postingan tentang New York Fashion Week 2022.

4.2.2 Analisis Pernyataan Responden Mengenai Pengaruh *Cyber Public Relations* Akun Instagram @erigostore (Variabel X)

a) **Pesan (*Messaging*)**

Tabel 4. 6 Akun instagram erigo memberikan informasi terkait event New York fashion week yang diikuti erigo

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	27	32,6
Setuju	51	61,4
Tidak Setuju	5	6
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan akun instragram Erigo memberikan informasi terkait event New York fashion week yang diikuti erigo. dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 27 orang (32,6%) menjawab sangat setuju, 51 orang (61,4%) menjawab setuju, 5 orang (6%) menjawab tidak setuju, 0 orang (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa akun Instagram Erigo memberikan informasi

terkait event New York Fashion Week 2022 yang diikuti oleh erigo dengan total presentasi sebanyak 61,4%.

Tabel 4. 7 informasi terkait event New York fashion week yang diikuti erigo

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	31	37,4
Setuju	49	59
Tidak Setuju	3	3,6
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan informasi yang disampaikan Erigo melalui unggahan di Instagram jelas dan mudah dipahami. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 31 orang (37,4%) menjawab sangat setuju, 49 orang (59%) menjawab setuju, 3 orang (3,6%) menjawab tidak setuju, 0 orang (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa informasi yang disampaikan Erigo melalui unggahan di Instagram jelas dan mudah dipahami dengan total presentasi sebanyak 59%.

Tabel 4. 8 Unggahan erigo di Instagram berisi informasi yang akurat.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	37	32,6
Setuju	49	59
Tidak Setuju	7	8,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan unggaha Erigo di media sosial Instagram berisi informasi yang akurat. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 37 orang (32,6%) menjawab sangat setuju, 49 orang (59%) menjawab setuju, 7 orang (8,4%) menjawab tidak setuju, 0 orang (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa unggahan Erigo di media sosial Instagram berisi informasi yang akurat dengan total presentasi 59%.

b) Akses Pengguna (User Acces)

Tabel 4. 9 Saya mengetahui erigo mengikuti New York fashion week melalui media sosial Instagram.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	31	37,4
Setuju	35	42,3
Tidak Setuju	10	12
Sangat Tidak Setuju	7	8,4
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan saya mengetahui fasilitas yang disediakan Erigo melalui media sosial Instagram. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 31 orang (37,4%) menjawab sangat setuju, 35 orang (42,3) menjawab setuju, 10 orang (12%) menjawab tidak setuju, 7 orang (8,4%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa mereka mengetahui erigo mengikuti event New York Fashion Week 2022 melalui media sosial Instagram dengan persentasi 42,3%.

Tabel 4. 10 Saya aktif melihat postingan erigo yang berkaitan dengan New York fashion week yang erigo ikuti.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	18	21,7
Setuju	36	43,3
Tidak Setuju	23	27,7
Sangat Tidak Setuju	6	7,3
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan saya aktif melihat postingan erigo yang berkaitan dengan New York Fashion Week 2022 yang diikuti erigo. dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 18 orang (21,7%) menjawab sangat setuju, 36 orang (43,3%) menjawab setuju. 23 orang (27,7%) menjawab tidak setuju, 6 orang (7,3%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa mereka aktif melihat postingan erigo yang berkaitan dengan New York fashion week yang diikuti erigo dengan total presentasi sebanyak 43,3%.

Tabel 4. 11 Saya mengetahui setiap pengikut mendapatkan informasi yang berbeda-beda.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	26	31,3
Setuju	36	43,4
Tidak Setuju	16	19,3
Sangat Tidak Setuju	5	6
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, terkait dengan pernyataan saya mengetahui bahwa setiap pengikut mendapatkan informasi yang berbeda-beda. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 26 orang (31,3%) menjawab sangat setuju, 36 orang (43,4%) menjawab setuju, 16 orang (19,3%) menjawab tidak setuju, 5 orang (6%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa mereka mengetahui bahwa setiap pengikut mendapatkan informasi yang berbeda-beda dengan total presentasi sebanyak 43,4%

c) **Penerbitan Elektronik (*E-Publishing*)**

Tabel 4. 12 Terdapat judul yang jelas pada setiap unggahan erigo di Instagram.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	31	37,4
Setuju	43	51,8
Tidak Setuju	9	10,8
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan terdapat judul yang jelas pada setiap unggahan erigo di Instagram. Dari jumlah 83 orang dengan presenatsi 100%. Jawaban responden terdiri dari 31 orang (37,4%) menjawab sangat setuju,43 orang (51,8%) menjawab setuju, 9 orang (10,8%) menjawab tidak setuju, 0 orang (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa terdapat judul yang jelas pada setiap unggahan Erigo di Instagram dengan total presentasi sebanyak 51,8%.

Tabel 4. 13 Terdapat komentar/ like pada unggahan erigo di Instagram dari pengikut.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	41	49,4
Setuju	40	48,2
Tidak Setuju	2	2,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan terdapat komentar/like unggahan erigo di Instagram dari pengikut. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 41 orang (49,4%) menjawab sangat setuju, 40 orang (48,2%) menjawab setuju, 2 orang (2,4%) menjawab tidak setuju, 0 orang (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa terdapat komentar/like pada unggahan Erigo di Instagram dari pengikut dengan total presentasi sebanyak 49,4%.

Tabel 4. 14 Saya mengetahui bahwa *followers* sering memberikan respon/ masukan kepada erigo melalui Instagram.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	24	28,9
Setuju	43	51,8
Tidak Setuju	2	15,7
Sangat Tidak Setuju	1	3,6
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan saya mengetahui bahwa *followers* sering memberikan respon/masukan kepada erigo melalui Instagram. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 24 orang (28,9%) menjawab sangat setuju, 43 orang (51,8%) menjawab setuju, 2 orang (15,7%) menjawab tidak setuju, 1 orang (3,6%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa mereka mengetahui bahwa *followers* sering memberikan respon atau masukan kepada Erigo melalui Instagram dengan total presentasi sebanyak 51,8%.

d) Berbagi Pendapat dan Saran oleh Organisasi (*Opinion and Advice Sharing*)

Tabel 4. 15 Saya pernah memberikan ulasan kepada erigo di akun media sosial Instagram.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	32	38,6
Setuju	51	61,4
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan saya pernah memberikan ulasan Erigo di akun media sosial Instagram. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 32 orang (38,6%) menjawab sangat setuju, 51 orang (61,4%) menjawab setuju, 0 orang (0%) menjawab tidak setuju, 0 orang (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa mereka pernah memberikan ulasan kepada Erigo di akun media sosial Instagram dengan total presentasi sebanyak 51%.

Tabel 4. 16 Saya ikut serta memberikan saran terkait event New York fashion week yang diikuti erigo.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	40	48,2
Setuju	35	42,2
Tidak Setuju	5	6
Sangat Tidak Setuju	3	3,6
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan saya ikut serta memberikan saran terkait *event New York fashion week* yang diikuti oleh Erigo. dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 40 orang (48,2%) menjawab sangat setuju,35 orang (42,2%) menjawab setuju,5 orang (6%) menjawab tidak setuju,3 orang (3,6%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas rresponden sangat setuju bahwa mereka ikut serta memberikan saran terkait *event New York fashion week* yang diikuti oleh Erigo dengan total presentasi sebanyak 48,2%.

Tabel 4. 17 Saya dengan mudah mengakses ulasan-ulasan terkait erigo dari followers yang lain di instagram (misalnya melalui komentar sebelumnya).

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	24	28,9
Setuju	43	51,8
Tidak Setuju	12	14,5
Sangat Tidak Setuju	4	4,8
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait denga pernyataan saya dengan mudah mengakses ulasan-ulasan terkait Erigo dari *followers* yang lain di Instagram (misal melalui komentas sebelumnya). Dari jumalh 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 24 orang (28,9%) menjawab sangat setuju,43 orang (51,8%) menjawab setuju, 12 orang (14,5%) menjawab tidak setuju,4 orang (4,8%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa mereka dengan mudah mengakses ulasan-ulasan terkait Erigo dari *Followers* yang lain di Instagram (misal:

melalui komentar sebelumnya) dengan total presentasi sebanyak 51,8%.

e) **Jaringan (*Networking*)**

Tabel 4. 18 Akun instagram erigo menampilkan nama akun dan bio dengan jelas.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	45	54,2
Setuju	35	42,2
Tidak Setuju	3	3,6
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan akun Instagram Erigo menampilkan nama akun dan bio dengan jelas. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 45 orang (54,2%) menjawab sangat setuju,35 orang (42,2%) menjawab setuju,3 orang (3,6%) menjawab tidak setuju,0 orang (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun Instagram Erigo menampilkan nama dan bio dengan jelas dengan total presentasi 54,2%.

Tabel 4. 19 Jumlah followers pada akun instagram erigo memberikan kepercayaan dalam menggunakan produknya.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	42	50,6
Setuju	35	42,1
Tidak Setuju	6	7,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan jumlah *followers* pada akun Instagram Erigo memberikan kepercayaan dalam menggunakan produknya. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 42 orang (50,6%) menjawab sangat setuju, 35 orang (42,1%) menjawab setuju, 6 orang (7,3%) menjawab tidak setuju dan 0 orang (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa jumlah followers pada akun Instagram Erigo memberikan kepercayaan dalam menggunakan produknya dengan total presentasi sebanyak 50,6%.

Tabel 4. 20 *Sebagai followers, saya dapat memberikan feedback kepada erigo.*

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	33	39,8
Setuju	50	60,2
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan sebagai *followers*, saya dapat memberikan *feedback* kepada Erigo. dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 33 orang (39,8%) menjawab sangat setuju, 50 orang (60,2%) menjawab setuju, 0 orang (0%) menjawab tidak setuju, 0 orang (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa sebagai *followers*, mereka dapat memberikan *feedback* kepada Erigo dengan total presentasi sebanyak 60,2%.

f) Kolaborasi (*Collaboration*)

Tabel 4. 21 *Saya mengetahui bahwa erigo mengadakan kolaborasi dengan shoppe dan influencer dalam event New York fashion week.*

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	35	42,2
Setuju	33	39,7
Tidak Setuju	9	10,8
Sangat Tidak Setuju	6	7,3
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan saya mengetahui bahwa Erigo mengadakan kolaborasi dengan shoppe dan *influencer* dalam *event New York fashion week*. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 35 orang (42,2%) menjawab sangat setuju, 33 orang (39,7%) menjawab setuju, 9 orang (10,8%) menjawab tidak setuju, 6 orang (7,3%) menjawab sangat tidak setuju,

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka mengetahui bahwa Erigo pernah mengadakan kolaborasi dengan shoppe dan *influencer* dalam *event New York fashion week* dengan total presentasi sebanyak 42,2%.

Tabel 4. 22 *Saya sebagai pengguna erigo pernah memanfaatkan promo. (Misalnya diskon yang diberikan)*

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	26	31,3
Setuju	33	39,7
Tidak Setuju	12	14,5
Sangat Tidak Setuju	12	14,5
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan saya sebagai pengguna erigo pernah memanfaatkan promo (Misalnya diskon yang diberikan). Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 26 orang (31,3%) menjawab sangat setuju, 33 orang (39,7%) menjawab setuju, 12 orang (14,5%) menjawab tidak setuju dan 12 orang (14,5%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa mereka sebagai pengguna Erigo pernah memanfaatkan promo (Misalnya diskon yang diberikan) dengan total presentasi sebanyak 39,7%.

Tabel 4. 23 Saya mendapat kemudahan pada kolaborasi erigo dengan merchant lain (shoppe) untuk mempermudah mencari barang dan mendapatkan banyak diskon.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	38	46,7
Setuju	31	37,3
Tidak Setuju	10	12
Sangat Tidak Setuju	4	4,8
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan saya mendapat kemudahan pada kolaborasi erigo dengan merchant lain (shoppe) untuk mempermudah mencari barang dan mendapatkan banyak diskon. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 38 orang (46,7%) menjawab sangat setuju, 31 orang (37,3%) menjawab setuju, 10 orang (12%) menjawab tidak setuju dan 4 orang (4,8%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka mendapat kemudahan pada kolaborasi erigo dengan merchant lain (shoppe) untuk mempermudah mencari barang dan mendapatkan banyak diskon dengan total presentasi sebanyak 46,7%.

g) Instruksi (*Instruction*)

Tabel 4. 24 Dengan adanya postingan instagram erigo saya dengan mudah mendapat informasi tentang penggunaan aplikasi maupun promo yang sedang berlangsung.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	33	40,2
Setuju	40	48,8
Tidak Setuju	8	9,8
Sangat Tidak Setuju	1	1,2
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan dengan adanya postingan instagram erigo saya dengan mudah mendapat informasi tentang penggunaan aplikasi maupun promo yang sedang berlangsung, Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 33 orang (40,2%) menjawab sangat setuju, 40 orang (48,8%) menjawab setuju, 8 orang (9,8%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1,2%) yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa dengan adanya postingan instagram erigo mereka dengan mudah mendapat informasi tentang penggunaan

aplikasi maupun promo yang sedang berlangsung dengan total presentasi 48,8%.

Tabel 4. 25 Saya mengetahui produk-produk yang dimiliki erigo melalui instagram.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	36	43,4
Setuju	40	48,2
Tidak Setuju	5	6
Sangat Tidak Setuju	1	2,4
Jumlah	83	100

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan saya mengetahui produk-produk yang dimiliki erigo melalui instagram. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 36 orang (43,4%) menjawab sangat setuju, 40 orang (48,2%) menjawab setuju, 5 orang (6%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (2,4%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa mereka mengetahui produk-produk yang dimiliki erigo melalui Instagram dengan total presentasi sebanyak 48,2%.

Tabel 4. 26 *Saya dapat dengan mudah mengikuti instruksi erigo di akun instagram (misalnya cara mengklaim promo).*

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	21	25,4
Setuju	49	60
Tidak Setuju	10	12
Sangat Tidak Setuju	3	3,6
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel di atas, terkait dengan pernyataan saya dapat dengan mudah mengikuti instruksi erigo di akun instagram (misalnya cara mengklaim promo). Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 21 orang (25,4%) menjawab sangat setuju, 49 orang (60%) menjawab setuju, 10 orang (12%) menjawab tidak setuju dan 3 orang (3,6%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa mereka dapat dengan mudah mengikuti instruksi erigo di akun instagram (misalnya cara mengklaim promo) dengan total presentasi 60%.

h) Keterlibatan Pengguna

Tabel 4. 27 *Saya sebagai pengguna instagram sering berkomentar, like dan menjadi follower akun @erigostore.*

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	17	20,5
Setuju	32	38,5
Tidak Setuju	19	22,9
Sangat Tidak Setuju	15	18,1
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan saya sebagai pengguna instagram sering berkomentar, like dan menjadi follower akun @erigostore. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 17 orang (20,5%) menjawab sangat setuju,32 orang (38,5%) menjawab setuju,19 orang (22,9%) menjawab tidak setuju dan 15 orang (18,1%) yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa mereka sebagai pengguna instagram sering berkomentar, like dan menjadi follower akun @erigostore dengan total presentasi sebanyak 38,5%.

Tabel 4. 28 Saya mengetahui bahwa pelanggan setia erigo akan mendapat reward tertentu di instagram.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	17	20,5
Setuju	43	53,8
Tidak Setuju	18	21,7
Sangat Tidak Setuju	5	6
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan saya mengetahui bahwa pelanggan setia erigo akan mendapat reward tertentu di instagram. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 17 orang (20,5%) menjawab sangat setuju, 43 orang (53,8%) menjawab setuju, 18 orang (21,7%) menjawab tidak setuju dan 5 orang (6%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa mereka mengetahui bahwa pelanggan setia erigo akan mendapat reward tertentu di Instagram dengan total presentasi sebanyak 53,8%.

Tabel 4. 29 Semua orang turut meningkatkan mutu produk erigo melalui aktif berkomentar/ memeberikan masukan melalui instagram.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	25	30,1
Setuju	44	53
Tidak Setuju	12	14,5
Sangat Tidak Setuju	1	2,4
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan Semua orang turut meningkatkan mutu produk erigo melalui aktif berkomentar/ memeberikan masukan melalui instagram. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 25 orang (30,1%) menjawab sangat setuju, 44 orang (53%) menjawab setuju, 12 orang (14,5%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (2,4%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa semua orang turut meningkatkan mutu produk erigo melalui aktif berkomentar/ memeberikan masukan melalui Instagram dengan total presentasi sebanyak 53%.

4.2.3 Analisis Pernyataan Responden Mengenai *Brand Image*
(Variabel Y)

a) Atribut

Tabel 4. 30 Sebagai brand lokal yang sudah go internasional erigo memiliki harga lebih terjangkau dibanding dengan merk pesaing.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	38	45,8
Setuju	42	50,6
Tidak Setuju	2	3,6
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan Sebagai brand lokal yang sudah go internasional erigo memiliki harga lebih terjangkau dibanding dengan merk pesaing. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 38 orang (45,8%) menjawab sangat setuju, 42 orang (50,6) menjawab setuju, 2 orang (3,6%) menjawab tidak setuju dan 0 orang (0%) yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa Erigo brand lokal yang sudah go internasional erigo memiliki

harga lebih terjangkau dibanding dengan merk pesaing total presentasi sebanyak 50,6%.

Tabel 4. 31 Erigo memiliki desain yang menarik dan fresh diantara lokal brand Indonesia yang lain, sehingga layak bersaing dengan brand-brand internasional.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	37	42,2
Setuju	44	53
Tidak Setuju	3	3,6
Sangat Tidak Setuju	1	1,2
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan Erigo memiliki desain yang menarik dan fresh diantara lokal brand Indonesia yang lain, sehingga layak bersaing dengan brand-brand internasional. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 37 orang (42,2%) menjawab sangat setuju, 44 orang (53%) menjawab setuju, 3 orang (3,6%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1,2%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa Erigo memiliki desain yang menarik dan fresh diantara lokal brand Indonesia yang lain, sehingga layak bersaing dengan brand-brand internasional. dengan total presentasi sebanyak 53%.

b) Keuntungan

Tabel 4. 32 Produk erigo memiliki kualitas internasional sehingga memberikan kenyamanan saat dipakai.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	34	41
Setuju	44	53
Tidak Setuju	5	6
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan Produk erigo memiliki kualitas internasional sehingga memberikan kenyamanan saat dipakai. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 34 orang (41%) menjawab sangat setuju, 44 orang (53%) menjawab setuju, 5 orang (6%) menjawab tidak setuju dan 0 orang (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa Produk erigo memiliki kualitas internasional sehingga memberikan kenyamanan saat dipakai. dengan total presentasi sebanyak 53%.

Tabel 4. 33 *Erigo memiliki desain menarik dan bahan berkualitas setara dengan produk internasional sehingga membuat saya tampil gaya dan menarik.*

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	36	43,4
Setuju	39	47
Tidak Setuju	8	9,6
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan Erigo memiliki desain menarik dan bahan berkualitas setara dengan produk internasional sehingga membuat saya tampil gaya dan menarik. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 36 orang (43,4%) menjawab sangat setuju, 39 orang (47%) orang menjawab setuju, 8 orang (9,6%) menjawab tidak setuju dan 0 orang (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa. Erigo memiliki desain menarik dan bahan berkualitas setara dengan produk internasional sehingga membuat saya tampil gaya dan menarik dengan total presentasi sebanyak 47%.

Tabel 4. 34 Produk erigo membuat saya merasa menggunakan produk internasional dengan harga yang terjangkau.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	36	43,4
Setuju	40	48,2
Tidak Setuju	6	7,2
Sangat Tidak Setuju	1	1,2
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan Produk erigo membuat saya merasa menggunakan produk internasional dengan harga yang terjangkau. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 36 orang (43,4%) menjawab sangat setuju, 40 orang (48,2%) menjawab setuju, 6 orang (7,2%) menjawab tidak setuju dan 1 orang (1,2%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa. Produk erigo membuat saya merasa menggunakan produk internasional dengan harga yang terjangkau. dengan total presentasi sebanyak 48,2%.

c) Sikap Merek

Tabel 4. 35 Erigo menggunakan bahan baku yang berkualitas, sehingga layak bersaing di pasar internasional.

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	35	42,2
Setuju	44	53
Tidak Setuju	4	4,8
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan Erigo menggunakan bahan baku yang berkualitas, sehingga layak bersaing di pasar internasional. Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 35 orang (42,2%) menjawab sangat setuju, 44 orang (53%) menjawab setuju, 4 orang (4,8%) menjawab tidak setuju dan 0 orang (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa Erigo menggunakan bahan baku yang berkualitas, sehingga layak bersaing di pasar internasional. dengan total presentasi sebanyak 53%.

Tabel 4. 36 Event New York fashion week yang dipublikasikan melalui instagram @erigostore membuat saya merasa bahwa erigo telah menjadi brand internasional

Pernyataan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Setuju	36	43,4
Setuju	38	47
Tidak Setuju	6	7,2
Sangat Tidak Setuju	2	2,4
Jumlah	83	100

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Berdasarkan tabel diatas, terkait dengan pernyataan Event New York fashion week yang dipublikasikan melalui instagram @erigostore membuat saya merasa bahwa erigo telah menjadi brand internasional Dari jumlah 83 orang dengan presentasi 100%. Jawaban responden terdiri dari 36 orang (43,4%) menjawab sangat setuju,38 orang (47%) menjawab setuju,6 orang (7,2%) menjawab tidak setuju dan 2 orang (2,4%) menjawab sangat tidak setuju.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa Event New York fashion week yang dipublikasikan melalui instagram @erigostore membuat saya merasa bahwa erigo telah menjadi brand internasional dengan total presentasi sebanyak 47%.

4.2.4 Rekapitulasi Variabel X dan Y

Berikut adalah hasil rekapitulasi dari indikator atau variabel X yaitu Pengaruh *Cyber Public Relations* dalam mempublikasikan *special event New York Fashion Week 2022* terhadap *Brand Image Erigo* berdasarkan tabel sub bab sebelumnya:

Tabel 4. 37 Rekapitulasi Variabel X (Cyber Public Relations)

No	Pernyataan	Mean
1.	X1	3,3
2.	X2	3,3
3.	X3	3,3
4.	X4	3,1
5.	X5	2,8
6.	X6	3,1
7.	X7	3,3
8.	X8	3,5
9.	X9	3,1
10.	X10	3,4
11.	X11	3,4
12.	X12	3,0
13.	X13	3,5
14.	X14	3,4
15.	X15	3,4

16.	X16	3,2
17.	X17	2,9
18.	X18	3,3
19.	X19	3,3
20.	X20	3,3
21.	X21	3,1
22.	X22	2,7
23.	X23	2,9
24.	X24	3,1
JUMLAH		76,5
RATA-RATA		3,2

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Dari tabel diatas yang merupakan hasil rekapitulasi keseluruhan variabel X pengaruh Pengaruh Cyber Public Relations dalam mempublikasikan *event New York fashion week 2022* terhadap *Brand Image* Erigo adalah setuju. Dapat dilihat dari hasil rata-rata jawaban responden pada variabel X adalah 3,2. Selanjutnya adalah hasil rekapitulasi dari indikator pada variabel Y yaitu *Brand Image* Erigo dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 38 Rekapitulasi Variabel Y (Brand Image)

No	Pernyataan	Mean
1.	Y1	3,4
2.	Y2	3,4
3.	Y3	3,3
4.	Y4	3,3
5.	Y5	3,2
6.	Y6	3,2
7.	Y7	3,2
JUMLAH		23,2
RATA-RATA		3,3

Sumber : Hasil penelitian pada bulan Juli 2022

Dari tabel diatas yang merupakan hasil rekapitulasi keseluruhan variabel Y *Brand Image* Erigo adalah setuju. Dapat dilihat dari hasil rata-rata jawaban responden pada variabel Y sebesar 3,3.

4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memberikan gambaran pengaruh antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Pada penelitian ini variabel independen (X) yaitu pengaruh *cyber public relations* dalam mempublikasikan *event New York fashion week 2022* terhadap variabel (Y) pada penelitian ini yaitu *brand image* Erigo. Berikut ini tabel data hasil pengelolaan pada SPSS 20,00:

Tabel 4. 39 Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,704 ^a	,495	,489	2,479
a. Predictors: (Constant), CYBER PR				

Sumber: Perhitungan SPSS versi 20

Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang dapat mengukur hubungan kausal antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Pada tabel diatas R bisa disebut koefisien korelasi antar variabel pengaruh Cyber Public Relations terhadap brand iameg dengan total nilai R sebesar 0,704. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antara variabel berpengaruh kuat. Dapat dilihat dari kategori dibawah ini:

- 0,00 – 0,199 artinya lemah atau sangat rendah
- 0,20 – 0,399 artinya lemah atau rendah
- 0,40 – 0,599 artinya cukup atau sedang
- 0,60- 0,799 artinya kuat atau tinggi
- 0,80 – 1,00 artinya sangat kuat atau sangat tinggi

Kemudian R Square dapat diartikan sebagai koefisien determinasi, koefisien determinasi yaitu seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Nilai R Square menunjukkan angka 0,495. Dari angka tersebut dapat diartikan bahwa Cyber Public Relations pada akun Instagram Erigo mempunyai pengaruh terhadap kesadaran brand image sebesar 49,5% sedangkan sisanya 51,5% dipengaruhi dari faktor lain diluar dari penelitian ini. Nilai R Square sebesar 0,495 atau 49,5% yang artinya pengaruh Cyber Public relations terhadap brand image.

Berikutnya dilakukan analisis uji regresi linear sederhana yang tujuannya untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel X cyber public relations terhadap variabel Y brand image Erigo.

Dibawah ini adalah tabel perhitungan ANOVA yang menunjukkan pengaruh antara variabel X dan Y :

Tabel 4. 40 Annova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	487,708	1	487,708	79,372	,000 ^b

Residual	497,714	81	6,145		
Total	985,422	82			
a. Dependent Variable: BRAND IMAGE					
b. Predictors: (Constant), CYBER PR					

Sumber : Perhitungan SPSS 20

Dari tabel di atas, nilai uji ANOVA pada nilai F sebesar 79,372 dengan menggunakan nilai signifikan 0,00 nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil atau kurang dari 0,10 atau $0,00 < 0,10$. Jika angka probabilitas (sig) $0,00 < 0,10$ maka model regresi tersebut layak digunakan untuk memprediksi seberapa besar pengaruh Cyber Public Relations dalam mempublikasikan event New York fashion week 2022 terhadap brand image Erigo.

Untuk dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus $< 0,10$. Jika angka probabilitas (sig) $0,00 < 0,10$ maka model regresi tersebut layak digunakan untuk memprediksi seberapa besar pengaruh Cyber Public Relations dalam mempublikasikan event New York fashion week 2022 terhadap brand image Erigo.

Untuk dapat mengetahui persamaan regresi bersifat signifikan dan garis regresi yang berbentuk linear dapat digunakan rumus regresi linear $Y = a + bx$, hasil tersebut dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4. 41 Koefisien Korelasi

Coefficients						
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	<i>(Constant)</i>	6,609	1,929		3,426	0,001
	<i>Cyber Public Relations</i>	0,222	0,025	0,704	8,909	0,000
a. Dependent Variabel : Brand Image						

Sumber : Perhitungan SPSS 20

Rumus persamaan regresinya adalah :

$$Y = a + bx$$

Keterangan : a = Angka konstan dari Unstandardized Coefficients, dalam penelitian ini sebesar 7,357

b = Angka Koefisien regresi sebesar 0,643

Y = Kesadaran Merek (brand awareness)

X = Cyber Public Relations

Dari persamaan tersebut, jika nilai X = 0 maka Y = 7,357 + 0,643 X.

4.2.6 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait Pengaruh Cyber Public Relations dalam mempublikasikan Event New York Fashion Week (variabel X) terhadap Brand Image Erigo (variabel Y) untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah sampel

maka dengan demikian : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Diketahui :

$$r = 0,704$$

$$n = 83$$

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

$$t = \frac{0,704 \sqrt{83-2}}{\sqrt{(1-0,704^2)}}$$

$$t = \frac{0,704 \sqrt{81}}{\sqrt{(1-0,495)}}$$

$$t = \frac{0,704 \times 9}{\sqrt{0,505}}$$

$$t = \frac{6,336}{0,711}$$

$$t = 8,91$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai t_{hitung} yaitu 8,91 sedangkan untuk nilai t_{tabel} dengan taraf kepercayaan 90% atau signifikansi 10% ($\alpha=0,10$ atau 0,1) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n . dalam penelitian ini responden berjumlah = 83, maka derajat bebasnya (df) $n-k = 83-2= 81$. Dengan derajat kebebasan sebesar 154 dan signifikansi 5% adalah 1,663. Nilai t_{hitung} (8,91) > t_{tabel} 1,663, maka H_0 ditolak H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara *Cyber Public Relations* dalam mempublikasikan event New York fashion week terhadap *Brand Image* Erigo.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel yang terdiri dari variabel independen (X) yaitu pengaruh *cyber public relations* dalam mempublikasikan *event New York fashion week 2022* terhadap variabel dependen (Y) yaitu *brand image* Erigo. Cyber public relations saat ini sangat dibutuhkan mengingat banyaknya pengguna internet saat ini. Dengan *cyber public relations* bisa dengan mudah dilakukan komunikasi antara pelanggan dan sebuah merek atau brand. Saat ini sosial media sering dijadikan platform untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, khususnya media sosial Instagram yang sering digunakan oleh

pelanggan untuk berinteraksi secara langsung dengan brand sehingga bisa memberikan kontribusi dalam pembentukan *brand image*. Penelitian ini dilakukan pada 83 responden. Responden atau sampel dalam penelitian ini adalah orang-orang yang melakukan interaksi dengan Erigo melalui kolom komentar pada postingan dengan #ERIGOXSHOPEENYFW di akun Instagram resmi milik Erigo.

Dari hasil penelitian ini, jenis kelamin pada responden terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan total laki-laki sebanyak 34 orang dan perempuan 41 orang. Dari jenis kelamin tersebut responden didominasi oleh perempuan dengan total presentasi 59%. Usia mayoritas responden berada di usia 18-23 tahun dengan total presentasi 71,1%. Mayoritas jenis pekerjaan responden sebagai karyawan dengan total presentasi 54,2%. Mayoritas pengikut instagram @erigostore dengan total presentasi 77,1%. Dengan semua sampel mengetahui postingan Erigo dengan #ERIGOXSHOPEENYFW dengan total presentasi 100%.

1. *Cyber Public Relations* Erigo dalam Mempublikasikan Event New York Fashion Week

Dari teori yang digunakan dan berdasarkan hasil penelitian ini variabel (X) pengaruh *cyber public relations* melalui akun Instagram @erigostore yang dapat dilihat dari dimensi yang ada seperti Pesan, Akses Pengguna, Penerbitan Elektronik, Berbagi Pendapat dan Saran oleh Organisasi, Jaringan, Kolaborasi, Instruksi, dan Keterlibatan Pengguna. Pernyataan setuju tersebut dapat dilihat dari jumlah nilai rata-

rata pada variabel pengaruh cyber public relations dalam mempublikasikan event New York fashion week (X) sebesar 3,2.

Dari teori yang digunakan pada variabel (X) cyber public relations. Dari total 24 pernyataan pada variabel X, pernyataan tertinggi terdapat pada pernyataan X8 dan X13 dengan pernyataan “Terdapat komentar/ like pada unggahan erigo di Instagram dari pengikut.” dan “Akun instagram erigo menampilkan nama akun dan bio dengan jelas.” yaitu dengan total rata-rata 3,5 karena masyarakat berpendapat bahwa dengan adanya tampilan nama dan bio yang jelas akan memudahkan menemukan akun resmi Erigo, selain itu terdapat banyak kemudahan dan kebebasan berpendapat dalam masyarakat yang membuat para pengikut akun instagram @erigostore dapat memberikan komentar/like pada unggahan @erigostore. Untuk pernyataan terendah pada variable X terdapat pada pernyataan “Saya sebagai pengguna instagram sering berkomentar, like dan menjadi follower akun @erigostore.” yaitu dengan total rata-rata 2,7 karena masyarakat memiliki kebebasan dan kemudahan dalam mengakses Instagram @erigostore sehingga memungkinkan semua pengguna Instagram baik pengikut maupun bukan pengikut akun @erigostore untuk berkomentar dan memberikan like pada setiap postingan akun @erigostore.

2. *Brand Image* Erigo

Dari teori yang digunakan dan berdasarkan hasil penelitian ini variabel (Y) brand image Erigo yang dapat dilihat dari dimensi yang ada

seperti atribut, keuntungan dan sikap merek. Pernyataan setuju tersebut dapat dilihat dari jumlah nilai rata-rata pada variabel brand image Erigo sebesar 3,3.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) Brand Image dari total 7 pernyataan pada variabel Y, pernyataan tertinggi terdapat pada pernyataan Y1 dan Y2 dengan pernyataan “Harga erigo lebih terjangkau dibanding dengan merk pesaing.” dan “Erigo memiliki desain yang menarik dan fresh diantara lokal brand Indonesia yang lain.” yaitu dengan total rata-rata 3,4. Dari penelitian ini brand image yang tergambar melalui event New York fashion week yang di publikasikan melalui Instagram Erigo memberi kesan positif kepada masyarakat dengan kualitas produknya yang dinilai baik dan sudah go internasional namun tetap memiliki harga yang terjangkau.

3. Pengaruh Cyber Public Relations dalam Mempublikasikan Event New York Fashion Week 2022 Terhadap Brand Image Erigo (Survei pada Pengguna Instagram)

Pernyataan pada variabel Cyber Public Relations (X) dan Brand Image (Y) sudah memenuhi standar validitas karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji reliabilitas pada Cyber Public Relations (X) dan Brand Image (Y) menunjukkan nilai alpha hitung yang positif serta tingkat reliabilitas $> 0,60$ s.d 1,00 (pada tabel 3.6 dan tabel 3.7), maka kuesioner variabel X dan Y reliabel.

Untuk membuktikan adanya Pengaruh *Cyber Public Relations* dalam Mempublikasikan *Event New York Fashion Week* terhadap *Brand Image* Erigo maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapatkan nilai t_{hitung} 8,91 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,663. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara *Cyber Public Relations* dalam Mempublikasikan *Event New York Fashion Week* terhadap *Brand Image* Erigo.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca R atau koefisien korelasi antara *Cyber Public Relations* dalam Mempublikasikan *Event New York Fashion Week* terhadap *Brand Image* Erigo sebesar 0,704. Nilai tersebut menunjukkan hubungan korelasi antar variabel berpengaruh kuat.

Nilai R atau Koefisien Korelasi tersebut diartikan kuat atau tinggi didukung juga oleh dimensi dari teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *cyber public relations* 8 dimensi, salah satu indikator yang terbesar adalah X13 yaitu jaringan. Jaringan menjadi salah satu faktor penting karena dengan jaringan sebuah organisasi dapat mempublikasikan suatu tujuan atau kepribadian kepada *public* untuk mendapatkan sebuah

umpan balik. Kemudian teori *brand image* yang digunakan memiliki 3 dimensi, salah satu indicator terbesarnya adalah Y1 yaitu Atribut. Atribut juga menjadi salah satu factor penting karena dengan atribut masyarakat memiliki gambaran brand Erigo.

Sedangkan nilai R square yaitu 0,495 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, dalam penelitian ini *Brand Image* dipengaruhi sebesar 49,5% semestara sisanya yaitu 51,5% dipengaruhi oleh factor lain diluar variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Instagram @erigostore merasa bahwa *Cyber Public Relation* dalam mempubliaksikan *Event New York fashion week* dapat mempengaruhi seseorang dalam *Brand Image* Erigo.