

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Penelitian .....	36
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	40
Tabel 3. 3 Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi .....	42
Tabel 3. 4 Hasil uji validitas variable X (Cyber Public Relations) .....	45
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Brand Image).....	46
Tabel 3. 6 Hasil uji reabilitas variable X (Cyber Public Relations) .....	47
Tabel 3. 7Hasil uji reliabilitas variable Y (Brand Image) .....	47
Tabel 4. 1Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4. 2 Usia.....	51
Tabel 4. 3 Pekerjaan .....	52
Tabel 4. 4 Mengikuti @erigostore.....	52
Tabel 4. 5 Melihat Postingan tentang New York Fashion Week 2022 .....	53
Tabel 4. 6 Akun instagram erigo memberikan informasi terkait event New York fashion week yang diikuti erigo.....	54
Tabel 4. 7informasi terkait event New York fashion week yang diikuti erigo ...	55
Tabel 4. 8 Unggahan erigo di Instagram berisi informasi yang akurat. ....	56
Tabel 4. 9 Saya mengetahui erigo mengikuti New York fashion week melalui media sosial Instagram. ....	57
Tabel 4. 10 Saya aktif melihat postingan erigo yang berkaitan dengan .....	57
Tabel 4. 11 Saya mengetahui setiap pengikut mendapatkan informasi yang berbeda-beda. ....	59
Tabel 4. 12 Terdapat judul yang jelas pada setiap unggahan erigo di Instagram.	60
Tabel 4. 13 Terdapat komentar/ like pada unggahan erigo di Instagram dari pengikut. ....	61
Tabel 4. 14 Saya mengetahui bahwa followers sering memberikan respon/ masukan kepada erigo melalui Instagram. ....	62
Tabel 4. 15 Saya pernah memberikan ulasan kepada erigo di akun media sosial Instagram. ....	63
Tabel 4. 16 Saya ikut serta memberikan saran terkait event New York fashion week yang diikuti erigo. ....	64
Tabel 4. 17 Saya dengan mudah mengakses ulasan-ulasan terkait erigo dari followers yang lain di instagram (misalnya melalui komentar sebelumnya). ....	65
Tabel 4. 18 Akun instagram erigo menampilkan nama akun dan bio dengan jelas. ....	66
Tabel 4. 19 Jumlah followers pada akun instagram erigo memberikan kepercayaan dalam menggunakan produknya.....	67
Tabel 4. 20 Sebagai followers, saya dapat memberikan feedback kepada erigo.	68
Tabel 4. 21 Saya mengetahui bahwa erigo mengadakan kolaborasi dengan shoppe dan influencer dalam event New York fashion week. ....	68
Tabel 4. 22 Saya sebagai pengguna erigo pernah memanfaatkan promo. (Misalnya diskon yang diberikan).....	70
Tabel 4. 23 Saya mendapat kemudahan pada kolaborasi erigo dengan merchant lain (shoppe) untuk mempermudah mencari barang dan mendapatkan banyak diskon. ....	71

Tabel 4. 24 Dengan adanya postingan instagram erigo saya dengan mudah mendapat informasi tentang penggunaan aplikasi maupun promo yang sedang berlangsung.	72
Tabel 4. 25 Saya mengetahui produk-produk yang dimiliki erigo melalui instagram.	73
Tabel 4. 26 Saya dapat dengan mudah mengikuti instruksi erigo di akun instagram (misalnya cara mengklaim promo).	74
Tabel 4. 27 Saya sebagai pengguna instagram sering berkomentar, like dan menjadi follower akun @erigostore.	74
Tabel 4. 28 Saya mengetahui bahwa pelanggan setia erigo akan mendapat reward tertentu di instagram.	76
Tabel 4. 29 Semua orang turut meningkatkan mutu produk erigo melalui aktif berkomentar/ memberikan masukan melalui instagram.	77
Tabel 4. 30 Sebagai brand lokal yang sudah go internasional erigo memiliki harga lebih terjangkau dibanding dengan merk pesaing.	78
Tabel 4. 31 Erigo memiliki desain yang menarik dan fresh diantara lokal brand Indonesia yang lain, sehingga layak bersaing dengan brand-brand internasional.	79
Tabel 4. 32 Produk erigo memiliki kualitas internasional sehingga memberikan kenyamanan saat dipakai.	80
Tabel 4. 33 Erigo memiliki desain menarik dan bahan berkualitas setara dengan produk internasional sehingga membuat saya tampil gaya dan menarik.	81
Tabel 4. 34 Produk erigo membuat saya merasa menggunakan produk internasional dengan harga yang terjangkau.	82
Tabel 4. 35 Erigo menggunakan bahan baku yang berkualitas, sehingga layak bersaing di pasar internasional.	83
Tabel 4. 36 Event New York fashion week yang dipublikasikan melalui instagram @erigostore membuat saya merasa bahwa erigo telah menjadi brand internasional	84
Tabel 4. 37 Rekapitulasi Variabel X (Cyber Public Relations)	85
Tabel 4. 38 Rekapitulasi Variabel Y (Brand Image)	87
Tabel 4. 39 Model Summary	88
Tabel 4. 40 Annova	89
Tabel 4. 41 Koefisien Korelasi	91