

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Penelitian

##### 1. Gambaran Singkat Umum *Brand* Haus



Gambar 1.1 Logo Haus Indonesia

(Sumber: <https://haus.co.id/location.php>)

HAUS! adalah sebuah *Brand* yang menawarkan segala produk minuman berbahan dasar teh maupun kopi yang sedang tren di pasar dengan harga yang lebih affordable untuk segmen pasar tertentu. Berdiri sejak akhir Mei 2018, HAUS! didirikan oleh lima orang teman seperkawanan, yaitu Gufron Syarif (founder), Daman Wijaya, Fery, Sigit dan Lutfi. HAUS! dikembangkan dengan sistem kemitraan (franchise), saat ini HAUS! Memiliki 49 outlet yang tersebar di berbagai wilayah Jabodetabek dan Bandung.

Produk yang ditawarkan oleh HAUS! Tidak spesifik terikat dengan satu produk tertentu. Strategi ini dipilih untuk menghindari perubahan trend makanan dan minuman yang memang cepat terjadi di zaman revolusi informasi seperti sekarang. Tetapi *Brand* HAUS! lebih memosisikan sebagai *Brand* yang menjual minuman yang sedang hits di pasaran dengan harga yang terjangkau oleh pasar kelas C (Mid-Low).

## 2. Visi

Visi utama Haus Indonesia yaitu, “Menjadi salah satu *Brand* minuman terbesar di Indonesia yang mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan pilihan produk dan jasa terbaik serta pelayanan terbaik”.

## 3. Misi

- 1) Memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan.
- 2) Mempermudah pemesanan produk atau jasa serta proses penyelesaian yang cepat.
- 3) Perbaiki secara terus menerus dalam hal kualitas produk dan jasa serta kualitas SDM.

## B. Data Deskripsi Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap 75 responden, penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan berupa kuesioner kepada responden secara online melalui Google Form. Untuk mengetahui berupa gambaran responden *Followers* akun Instagram @HausIndonesia. Setelah penyebaran kuesioner, akan dibagi dalam beberapa kategori sebagai berikut:

### 1. Deskripsi Karakteristik Responden

#### a) Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data tabel 4.1 jenis kelamin, dari seluruh responden sebanyak 75 orang dengan data laki-laki sebanyak 48 dengan presentasi 64%, sedangkan perempuan sebanyak 27 dengan presentasi 36%, dapat disimpulkan data sebanyak 48 (64%) merupakan laki-laki. Maka dengan data tersebut responden laki-laki lebih dominan.

**Tabel 4.1**

**Jenis Kelamin N=75**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentasi
1	Laki-laki	48	64%
2	Perempuan	27	35%
Jumlah		75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

**b) Responden Berdasarkan Pendidikan**

Berdasarkan data tabel 4.2 pendidikan, dari seluruh responden sebanyak 75 dengan presentasi data presentasi 100%, didapatkan data dari SMA sebanyak 27 dengan presentasi (36%). Berikutnya didata D3 mendapatkan data sebanyak 2 dengan presentasi sebanyak (2.7%), dibagian data S1 mendapatkan data 46 dengan presentasi (61.3%), terakhir bagian data S2 0 dan presentasi (0%). Maka dapat disimpulkan dengandata tersebut S1 memiliki data terbanyak,

**Tabel 4.2**

**Pendidikan N=75**

No	Usia	Frekuensi	Presentasi
1	SMA	27	36%
2	S1	46	61.3%
3	D3	2	2.7%
4	S2	0	0%
Jumlah		75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Desember 2022

**c) Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Berdasarkan data dari tabel 4.3 pekerjaan, dari seluruh

responden berjumlah 75 orang dengan presentasi 100%, didapatkan data dari pelajar/mahasiswa sebanyak 61 dengan presentasi (81,3 %), dari data PNS mendapatkan 1 orang dengan presentasi (1.3), sebanyak 10 orang dari Pegawai Swasta dengan data presentasi (13.3%), dari berdagang hanya 1 orang dengan presentasi (1.3%), sebanyak dari Kuli Pabrik mendapatkan 1 orang dengan data presentasi (1,3%), sebanyak 1 orang dari freeluencer mendapatkan data presentasi (1.3%). Maka dengan data tersebut pelajar/mahasiswa memiliki data terbanyak.

**Tabel 1**  
**Pekerjaan N=75**

No	Usia	Frekuensi	Presentasi
1	Pelajar/Mahasiswa	61	81.3
2	PNS	1	1.%
4	Pegawai Swasta	10	13.3%
5	Berdagang	1	1.3%
6	Kuli Pabrik	1	1.3%
7	<i>Freelancer</i>	1	1.3%
Jumlah		75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Desember 2022

## 2. Pernyataan Variabel X (Pengaruh *Marketing*)

Untuk mengetahui dari keseluruhan pertanyaan responden mengenai *Marketing Public Relations* (variable X) maka peneliti mengajukan sebanyak 30 pertanyaan kepada 75 responden yang merupakan *Followers* dari akun instagram @HausIndonesia. Pada kuesioner ini memiliki empat kategori berdasarkan sebuah pendapat (pernyataan) responden, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS). Masing- masing dari kategori tersebut diberi nilai 1,2,3 dan 4.

Berikut hasil penelitian frekuensi jawaban dari para responden untuk masing-masing pernyataan pada variabel (X) yaitu akun instagram dapat dilihat dari beberapa sub indikator sebagai berikut:

**a. Publikasi**

**Tabel 2**

**Publikasi yang digunakan akun Instagram @HausIndonesia  
N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Tidak Setuju	7	9.3%
Setuju	27	36%
Sangat Setuju	41	54.7%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.4 mengenai pernyataan publikasi yang digunakan akun Instagram @HausIndonesia mudah di ingat karena tema yang modern. Dari responden sebanyak 75 orang dengan presentasi 100%. Dapat diketahui sebanyak 41 orang menjawab sangat setuju dengan presentasi (54.7%), sebanyak 27 orang menjawab setuju dengan presentasi (36%), sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentasi (9.3%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui merupakan (54.7%) mayoritas responden menyatakan sangat setuju bahwa publikasi yang digunakan akun Instagram @Haus indonesia mudah di ingat karena tema yang modern.

**Tabel 3**

**Penjelasan Informasi Tentang Menentukan Konten N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0.0%
Tidak Setuju	8	10.7%
Setuju	30	40%
Sangat Setuju	37	49.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel 4.5, mengenai pernyataan penjelasan informasi tentang Konten Haus pada profil sangat jelas yang memudahkan untuk terhubung langsung dengan Haus Indonesia. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dapat diketahui 37 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (49.3%), sebanyak 30 orang menjawab setuju dengan presentasi (40%), sebanyak 8 orang menjawab tidak setuju dengan presentasi (10.7%), tidak ada responden yang menjawab di bagian sangat tidak setuju. Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas yaitu sebanyak (49.3%), menyatakan sangat setuju bahwa penjelasan informasi tentang konten pada publikasi sangat jelas yang memudahkan untuk terhubung langsung dengan Haus Indonesia.

**Tabel 4**  
**Tampilan Konten Pada Publikasi *Marketing* Pada Instagram**  
**Haus N=75**

Pertanyaan	Frekuensi	Presentasi
Sangat Tidak Setuju	2	2.7%
Tidak Setuju	2	2.7%
Setuju	36	48%
Sangat Setuju	35	46.7%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data ditabel 4.6, mengenai pernyataan Tampilan konten pada publikasi *Marketing* pada isntagram Haus. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dapat diketahui 36 orang menjawab setuju dengan presentasi (48%), sebanyak 35 orang menjawab sangat setuju dengan presentasi (46.7%), berikutnya tidak setuju dan sangat tidak setuju memiliki kesamaan data 2 tidak setuju dan sangat tidak setuju 2 dengan presentasi kesamaan yaitu (2.7%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden menyatakan setuju dengan data 36 orang dengan presentasi (48%) Tampilan konten pada publikasi *Marketing* pada isntagram Haus menampilkan konten pada instagram haus.

*b. Media Sosial*

**Tabel 4.7**

**Media Sosial pada Instagram Haus Indonesia N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	6	8%
Setuju	33	44%
Sangat Setuju	35	46.7%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data tabel 4.7 mengenai pernyataan difeed pada akun Instagram @indonesiashop.id menampilkan foto foto produk yang menarik. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dapat diketahui sebanyak 35 orang menyatakan setuju dengan presentasi (46.7%), sebanyak 33 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (44%), sebanyak 6 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi (8%), selanjutnya 1 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi (1.3%)

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu sebanyak 35 orang dengan presentasi (46.7%) menyatakan setuju bahwa media identitas akun Instagram @hausindonesia menampilkan foto foto produk yang menarik.



**Tabel 4.8**

**Pernyataan Merek yang di Konten Akun “Haus Indonesia”  
N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	4	5,3%
Setuju	31	41.3%
Sangat Setuju	40	53.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data dari tabel 4.8, mengenai pernyataan foto yang diposting akun Instagram @hausindonesia menampilkan informasi mengenai produk. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi berjumlah 100%. Dapat diketahui 40 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (53.3%), sebanyak 31 orang menyatakan setuju dengan presentasi (41.3%), sebanyak 4 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi (5.3%), berikutnya dari bagian sangat tidak setuju tidak ada responden yang menyatakan.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu sebanyak (53.3%) menyatakan sangat setuju bahwa foto yang diposting akun Instagram @hausindonesia menampilkan informasi mengenai produk.

**Tabel 5**

**Video yang diposting akun Instagram @Hausindonesia N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0
Tidak Setuju	2	2.7%
Setuju	39	52%
Sangat Setuju	34	45.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.9, mengenai video yang diposting akun Instagram @hausindonesia menampilkan produknya dengan modern. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dapat diketahui 39 orang menyatakan setuju dengan data presentasi 52%, sebanyak 34 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (45.3%), sebanyak 2 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi (2.7%), berikutnya dengan data sangat tidak setuju tidak terisi para responden.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu sebanyak 39 orang dengan presentasi 52% menyatakan bahwa video yang diposting akun Instagram @hausindonesia menampilkan produknya dengan modern.

**Tabel 6**

**Akun Instagram @hausindonesia Menampilkan Informasi  
N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	5	6.7%
Setuju	33	44%
Sangat Setuju	36	48%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.10, mengenai video yang diposting akun Instagram @indonesiashop.id menampilkan informasi mengenai produk nya. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dapat diketahui 36 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data(48%), selanjutnya sebanyak 33 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (44%), sebanyak 5 orang dengan presentasi data (6.7%), berikutnya untuk bagian sangat tidak setuju terdapat 1 orang dengan presentasi data (1.3%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 36 orang dengan presentasi (36%) menyatakan sangat setuju bahwa video yang diposting akun Instagram @hausindonesia menampilkan informasi mengenai produk nya.

**Tabel 7**

**Fitur *Reels* yang di Posting Akun Instagram @hausindonesia  
N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	4	5.3%
Tidak Setuju	10	13.3%
Setuju	32	42.7%
Sangat Setuju	29	38.7%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.11, mengenai fitur *Reels* yang di posting akun Instagram @hausindonesia menggunakan musik-musik artis ternama. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dapat diketahui 29 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (38.7%), sebanyak 32 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (42.7%), sebanyak 10 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (13.3%), berikutnya 4 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (5.3%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 32 orang setuju dengan presentasi data (42.7%) menyatakan bahwa fitur *Reels* yang di posting akun Instagram @indonesiashop.id menggunakan musik-musik artis ternama.

**Tabel 8**

**Konsep Tema Konten Akun Instagram @hausindonesia N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	3	4%
Setuju	37	49.3%
Sangat Setuju	35	46.7%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.12, mengenai konsep tema konten akun Instagram @hausindonesia d konten yang orisinil dan informatif mengenai produk nya. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dapat diketahui 35 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (46.7%), sebanyak 37 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (49.3%), sebanyak 3 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi (4%), selanjutnya untuk bagian sangat tidak setuju tidak ada pernyataan dan presentasi data.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 37 orang menyatakan setuju dengan presentasai data (49.3%), menyatakan bahwa tema konten akun Instagram @hausindonesia konten yang orisinil dan informatif mengenai produk nya

**Tabel 9**

**Akun Instagram @hausindonesia Menentukan Audience N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	6	8%
Setuju	34	45.3%
Sangat Setuju	34	45.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.13 mengenai akun Instagram @hausindonesia menentukan konten yang bertujuan untuk memberikan informasi dari foto/video yang di posting. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 34 orang menyatakan setuju dan sangat setuju dengan presentasi data yang sama yaitu (45.3%), sebanyak 6 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (8%), berikutnya untuk sangat tidak setuju terdapat 1 orang dengan presentasi data (1.3%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 34 orang menyatakan setuju dan sangat setuju dengan presentasi data (45.3%), mengenai akun Instagram @hausindonesia menggunakan caption yang bertujuan untuk memberikan informasi dari foto/video yang di posting

**Tabel 10**

**Konten Akun Instagram @hausindonesia Mudah Dipahami  
N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	2	2.7%
Tidak Setuju	1	1.3%
Setuju	34	45.3%
Sangat Setuju	38	50.7%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.14 mengenai caption akun Instagram @hausindonesia mudah dipahami. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 38 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (50.7%), sebanyak 34 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (45.3%), sebanyak 1 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi (1.3%), sebanyak 2 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (2.7%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (50.7%), mengenai konten akun Instagram @hausindonesia mudahdipahami.

c. *Instagram Stories*

**Tabel 11**

**Akun Instagram @hausindonesia Memanfaatkan Fitur Instagram N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	5	6.7%
Setuju	29	38.7%
Sangat Setuju	30	53.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.15 mengenai akun Instagram @hausindonesia memanfaatkan fitur Instagram *Stories* untuk menyampaikan informasi mengenai produk terbaru. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 40 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (53.3%), sebanyak 29 orang menyatakan setuju dengan presentasi (38.7%), sebanyak 5 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi (6.7%), sebanyak 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi (1.3%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 40 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (53.3%), mengenai akun Instagram @hausindonesia memanfaatkan fitur Instagram *Stories* untuk menyampaikan informasi mengenai produk terbaru.



**Tabel 12**

**Akun Instagram @hausindonesia Menyampaikan Merek Dengan Instagram *Stories* N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	2	2.7%
Tidak Setuju	4	5.3%
Setuju	38	50.7%
Sangat Setuju	31	41.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.16 mengenai akun Instagram @hausindonesia menyampaikan merek dengan Instagram *Stories*. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 31 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (41.3%), sebanyak 38 orang menyatakan setuju dengan presentasi (50.7%), sebanyak 4 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (5.3%), sebanyak 2 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi (2.7%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (50.7%). Mengenai akun Instagram @hausindonesia menyampaikan promo dengan Instagram *Stories*.

**Tabel 13**

**Akun Instagram @hausindonesia Memanfaatkan Fitur  
*Highlight* N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	4	5.3%
Setuju	32	42.7%
Sangat Setuju	38	50.7%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.17 mengenai akun Instagram @hausindonesia memanfaatkan fitur *Highlight* bagi yang melewatkan Instagram *Stories*. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 38 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (50.7%), sebanyak 32 orang menyatakan setuju dengan presentasi dengan presentasi data (42.7%), sebanyak 4 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (5.3%), sebanyak 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi (1.3%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (50.7%), mengenai akun Instagram @hausindonesia memanfaatkan fitur *Highlight* bagi yang melewatkan Instagram *Stories*.

**Tabel 14**

**Fitur *Highlight* dari Akun Instagram @hausindonesia N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	4	5.3%
Setuju	32	42.7%
Sangat Setuju	38	50.7%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.18 mengenai fitur *Highlight* dari akun Instagram @indonesiashop.id membantu para customer untuk mengetahui produk nya. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 43 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (57.3%), sebanyak 27 orang menyatakan setuju dengan presentasi (36%), sebanyak 4 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (5.3%), sebanyak 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi (1.3%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 43 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (57.3%), mengenai fitur *Highlight* dari akun Instagram @hausindonesia membantu para customer untuk mengetahui produknya.

d. Acara

**Tabel 4.19**

**Pada Event @hausindonesia Menampilkan Event N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	4	5.3%
Setuju	32	42.7%
Sangat Setuju	38	50.7%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023 hausindonesia menampilkan *Reels* dalam feed.

Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 39 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (52%), sebanyak 27 orang menyatakan (36%), sebanyak 7 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (9.3%), sebanyak 2 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (2.7%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 39 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (52%), mengenai pada feed Instagram @hausindonesia menampilkan *Reels* dalam feed.

**Tabel 15**

**Pada *Event* Instagram @hausindonesia menggunakan *Reels* dengan N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	5	5.7%
Setuju	38	50.7%
Sangat Setuju	31	41.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.20 mengenai pada feed Instagram @hausindonesia menggunakan *Reels* dengan musik yang sedang trend di zaman ini. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 31 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (41.3%), sebanyak 38 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (50.7%), sebanyak 5 orang menyatakan (6.7%), sebanyak 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi (1.3%)

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (50.7%), mengenai pada feed Instagram @hausindonesia menggunakan *Reels* dengan musik yang sedang trend di zaman ini.

**Tabel 161**

**Akun Instagram @hausindonesia menggunakan Instagram Stories untuk mempromosikan foto/video produk di fitur Reels  
N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	3	4%
Tidak Setuju	2	2.7%
Setuju	29	38.7%
Sangat Setuju	41	54.7%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.21 mengenai akun Instagram @hausindonesia menggunakan Instagram Stories untuk mempromosikan foto/video produk di fitur Reels. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 41 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (54.7%), sebanyak 29 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (38.7%), sebanyak 2 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi (2.7%), sebanyak 3 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (4%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 41 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (54.7%), mengenai akun Instagram @hausindonesia menggunakan Instagram Stories untuk mempromosikan foto/video produk di fitur Reels.

**Tabel 4.17**

**Fitur *Reels* Membantu Akun Instagram @hausindonesia N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	4	5.3%
Setuju	33	44%
Sangat Setuju	38	50.7%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.22 mengenai fitur *Reels* membantu akun Instagram @hausindonesia untuk meningkatkan penonton (view) di Instagram *Stories*. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 38 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (50.7%), sebanyak 33 orang menyatakan setuju dengan presentasi (44%), sebanyak 4 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (5.3%), berikutnya pernyataan sangat tidak setuju tidak terdapat responden.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (50.7%), mengenai fitur *Reels* membantu akun Instagram @hausindonesia untuk meningkatkan penonton(view) di Instagram *Stories*.

*d. Perencanaan*

**Tabel 4.23**

**Perencanaan di akun Instagram @hausindonesia karena tertarik dengan produknya N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	2	2.7%
Tidak Setuju	7	9.3%
Setuju	29	38.7%
Sangat Setuju	37	49.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.23 mengenai mengikuti (follow) akun Instagram @hausindonesia karena tertarik dengan produk nya. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 37orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (49.3%), sebanyak 29 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (38.7%), sebanyak 7 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (9.3%), sebanyak 2 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (2.7%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 37 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data(49.3%), mengenai Mengikuti (follow) akun Instagram @hausindonesiakarena tertarik dengan produk nya.



**Tabel 4.18**

***Audience @hausindonesiad Karena Tertarik Dengan Banyaknya Jumlah Audience N=75***

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	11	14.7%
Setuju	29	38.7%
Sangat Setuju	34	45.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.24 mengenai mengikuti (follow) @hausindonesia karena tertarik dengan banyaknya jumlah *Followers* banyak sehingga bisa jadi produk bagus dan kualitas. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 34 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (45.3%), sebanyak 29 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (38.7%), sebanyak 11 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi (14.7%), sebanyak 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (1.3%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 34 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (45.3%), mengenai mengikuti (follow) @hausindonesia karena tertarik dengan banyaknya jumlah *Followers* banyak sehingga bisa jadi produk bagus dan kualitas.

**Tabel 4.19**

**Menjadi *Followers* Akun Instagram @hausindonesia Karena Tidak Ingin Tertinggal Info N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	2	2.7%
Tidak Setuju	5	6.7%
Setuju	35	46.7%
Sangat Setuju	33	44%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.25 mengenai menjadi *Followers* akun instgram @hausindonesia karena tidak ingin tertinggal info dari produk haus. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 33 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (44%), sebanyak 35 orang menyatakan setuju dengan presentasi (46.7%), sebanyak 5 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (6.7%), sebanyak 2 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (2,7%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 33 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (44%), mengenai menjadi *Followers* akun instgram @hausindonesia karena tidak ingin tertinggal info dari produk haus indonesia

a. *Like*

**Tabel 4.20**

**Menyukai Postingan Foto Dan Video Dari @hausindonesia  
N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	2	2.7%
Tidak Setuju	4	5.3%
Setuju	39	52%
Sangat Setuju	30	40%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.26 mengenai Menyukai postingan foto dan video dari @hausindonesia. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 30 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi (40%), sebanyak 39 orang menyatakan setuju dengan presentasi (52%), sebanyak 4 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi (5.3%), sebanyak 2 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 39 orang menyatakan setuju dengan presentasi (52%), mengenai menyukai postingan foto dan video dari @hausindonesia

**Tabel 4.21**

**Menunjukkan Ketertarikan Kepada Produk Dengan Cara Menyukai Postingan Foto Atau Video @hausindonesia N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	7	9.3%
Setuju	31	41.3%
Sangat Setuju	36	48%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.27 mengenai menunjukkan ketertarikan kepada produk dengan cara menyukai postingan foto atau video @hausindonesia Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 36 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (48%), sebanyak 31 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (41.3%), sebanyak 7 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (9.3%), sebanyak 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (1.3%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu sebanyak 36 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (48%), mengenai menunjukkan ketertarikan kepada produk dengan cara menyukai postingan foto atau video @hausindonesia

**Tabel 4.22**

**Menyukai foto/video yang diposting akun Instagram  
@hausindonesiamelalui jumlah *Like* N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	2	2.7%
Tidak Setuju	9	12%
Setuju	28	37.3%
Sangat Setuju	36	48%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data dari tabel 4.28 mengenai Menyukai foto/video yang diposting akun Instagram @hausindonesia melalui jumlah *Like*. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 36 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (48%), sebanyak 28 orang menyatakan setuju dengan presentasi (37.3%), sebanyak 9 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (12%), sebanyak 2 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (2.7%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 36 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data(48%), mengenai Menyukai foto/video yang diposting akun Instagram @hausindonesia melalui jumlah *Like*.

**Tabel 4.29**

**Menyukai Foto/Video yang Di-Posting Akun Instagram  
@hausindonesia Tidak Berdasarkan Jumlah *Like* N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	3	4%
Tidak Setuju	7	9.3%
Setuju	31	41.3%
Sangat Setuju	34	45.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data dari tabel 4.29 mengenai Menyukai foto/video yang di posting akun Instagram @indonesiashop.id tidak berdasarkan jumlah *Like*. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 34 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (45.3%), sebanyak 31 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (41.3%), sebanyak 7 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (9.3%), sebanyak 3 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (4%). Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 34 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (45.3%), mengenai Menyukai foto/video yang di posting akun Instagram @hausindonesia tidak berdasarkan jumlah

f. *Comment*

**Tabel 4.23**

**Saya Memberi Komentar Di-Postingan Instagram  
@hausindonesia N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	7	9.3%
Tidak Setuju	12	16%
Setuju	29	38.7%
Sangat Setuju	27	36%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data dari tabel 4.30 mengenai Saya memberi komentar di postingan Instagram @hausindonesia Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 27 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (36%), sebanyak 29 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (38.7%), sebanyak 12 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (16%), sebanyak 7 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (9.3%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 29 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (38.7%), mengenai Saya memberi komentar di postingan Instagram @hausindonesia

**Tabel 4.24**

**Saya Dapat Melihat Respon *Followers* Terhadap Produk @hausindonesia Melalui Komentar N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	9	12%
Setuju	33	44%
Sangat Setuju	33	44%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data dari tabel 4.31 mengenai Saya dapat melihat respon *Followers* terhadap produk @hausindonesia melalui komentar. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 33 orang dengan pernyataan sangat setuju dan setuju dengan presentasi data (44%), sebanyak 9 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (12%), berikutnya pernyataan sangat tidak setuju tidak memiliki responden.

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 33 orang dengan pernyataan sangat setuju dan setuju dengan presentasi data (44%), mengenai Saya dapat melihat respon *Followers* terhadap produk @hausindonesia melalui komentar.

**3. Pernyataan Variabel Y (Citra *Brand*)**

Untuk mengetahui dari keseluruhan pertanyaan responden citra *Brand* (variable Y) maka peneliti mengajukan sebanyak 8 pertanyaan kepada 75 responden yang merupakan *Followers* dari akun instagram @hausindonesia. Pada kuesioner ini memiliki empat kategori berdasarkan sebuah pernyataan (pernyataan) responden, yaitu Sangat Tidak



Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS). Masing-masing dari kategori tersebut diberi nilai 1,2,3 dan 4. Berikut hasil penelitian frekuensi jawaban dari para responden untuk masing-masing pernyataan pada variabel (Y) yaitu Minat Beli dapat dilihat dari beberapa sub indikator sebagai berikut:

*a. Kepercayaan*

**Tabel 4.32**

**Apakah Memberikan Kesan yang Positif pada *Brand* @hausindonesia N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	7	9.3%
Setuju	32	42.7%
Sangat Setuju	35	46.7%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.32 mengenai memberikan kesan yang positif @hausindonesia karena produknya berkualitas melalui informasi yang saya terima. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 32 menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (42.7%), sebanyak 35 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (46.7%), sebanyak 5 orang menyatakan (6.7%), sebanyak 3 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (4%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu sebanyak 35 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (46.7%), mengenai Berminat membeli produk di Instagram @hausindonesia karena produknya berkualitas melalui informasi yang saya terima.

*b. Realistis*

**Tabel 4.33**

**Mereferensikan Kepada Orang Lain Untuk Membeli Produk di @hausindonesia N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	1	1.3%
Tidak Setuju	3	4%
Setuju	38	50.7%
Sangat Setuju	33	44%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.33 mengenai Bersedia merekomendasikan produk dari indonesiashop.id kepada orang lain. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 34 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (45.3%), sebanyak 36 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (48%), sebanyak 3 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (4%), sebanyak 2 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (2.7%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 36 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (48%), mengenai Bersedia merekomendasikan produk dari hausindonesia kepada orang lain.

**Tabel 4.34**

**Bersedia Merekomendasikan Produk Dari @hausindonesia  
Kepada Orang Lain N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	2	2.7%
Tidak Setuju	3	4%
Setuju	36	48%
Sangat Setuju	34	45.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.34 mengenai Bersedia merekomendasikan produk dari hausindonesia kepada orang lain. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 34 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (45.3%), sebanyak 36 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (48%), sebanyak 3 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (4%), sebanyak 2 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (2.7%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 36 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (48%), mengenai Bersedia merekomendasikan produk dari hausindonesia kepada orang lain.

c. *Kerja sama Yang saling Mnguntungkan*

**Tabel 4.35**

***Feedback Bagus Dari Sebuah Produk Haus Indonesia  
Dibandingkan Kompetitor Lain N=75***

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	3	4%
Tidak Setuju	8	10.7%
Setuju	33	44%
Sangat Setuju	31	41.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.35 mengenai Lebih mendapatkan *Feedback* produk hausindonesia dibandingkan kompetitor lain. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 36 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (48%), sebanyak 30 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (40%), sebanyak 7 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (9.3%), sebanyak 2 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (2.7%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 36 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data(48%), mengenai lebih Banyak mendapatkan *Feedback* hausindonesia dibandingkan kompetitor lain.

**Tabel 4.36**

**Memilih Produk HausIndonesia dalam Memenuhi *Feedback* yang Diberikan Produk N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	3	4%
Tidak Setuju	8	10.7%
Setuju	33	44%
Sangat Setuju	31	41.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.36 mengenai Memilih produk hausindonesia dalam memenuhi *Feedback* yang diberikan produk. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 31 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (41.3%), sebanyak 33 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (44%), sebanyak 8 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (10.7%), sebanyak 3 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data (4%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 33 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (44%), mengenai Memilih produk hausindonesia dalam memenuhi kebutuhan saya dalam berpakaian.

*d. Kesadaran*

**Tabel 4.37**

**Menanyakan Adanya Kesadaran Khalayak Tentang Perusahaan  
Haus Indonesia N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	3	4%
Tidak Setuju	8	10.7%
Setuju	33	44%
Sangat Setuju	31	41.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.37 mengenai Menanyakan kesadaran khalayak tentang perusahaan kepada orang . Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 34 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (45.3%), sebanyak 36 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (48%), sebanyak 4 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (5.3%), sebanyak 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan presentasi data(1.3%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 36 orang menyatakan setuju dengan presentasi data (48%), mengenai Menanyakan keesadaran Khalayak tentang Perusahaan

**Tabel 4.38**

**Apakah Adanya Perhatian Khalayak terhadap *Brand* yang Dihasilkan N=75**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentasi</b>
Sangat Tidak Setuju	2	2.7%
Tidak Setuju	3	4%
Setuju	39	52%
Sangat Setuju	31	41.3%
Total	75	100%

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Januari 2023

Berdasarkan data dari tabel 4.38 mengenai Apakah Adanya Perhatian Khalayak terhadap *Brand* yang dihasilkan hausindonesia setelah mendapat informasi dari teman atau kerabat. Dari seluruh responden 75 orang dengan presentasi 100%. Dengan sebanyak 31 orang menyatakan sangat setuju dengan presentasi data (41.3%), sebanyak 39 orang menyatakan ssetuju dengan presentasi data (52%), sebanyak 3 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (4%), sebanyak 2 orang menyatakan tidak setuju dengan presentasi data (2.7%).

Dengan demikian, dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 39 orang menyatakan ssetuju dengan presentasi data (52%), mengenai Apakah Adanya Perhatian Khalayak terhadap *Brand* yang dihasilkan “haus indonesia setelah mendapat informasi dari teman atau kerabat.

#### 4. Rekapitulasi Variabel X day Y

Berikut ini merupakan rekapitulasi dari hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X yaitu Pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap Citra Brand Haus Indonesia.

**Tabel 4.39**  
**Rekapitulasi Variabel X**  
**N=75**

NO	Pernyataan	Mean
1	X1	3,45
2	X2	3,38
3	X3	3,38
4	X4	3,26
5	X5	3,33
6	X6	3,48
7	X7	3,42
8	X8	3,38
9	X9	3,14
10	X10	3,42
11	X11	3,34
12	X12	3,44
13	X13	3,44
14	X14	3,30
15	X15	3,42
16	X16	3,49
17	X17	3,37
18	X18	3,32
19	X19	3,44
20	X20	3,45
21	X21	3,34
22	X22	3,28
23	X23	3,32



24	X24	3,37
25	X25	3,29
26	X26	3,36
27	X27	3,30
28	X28	3,28
29	X29	3,01
30	X30	3,32
Rata-Rata		29,1
Jumlah		87,4

Dari hasil rekapitulasi diatas secara keseluruhan responden menyatakan bahwa pengaruh *Marketing Public Relations*(Variabel X) yaitu setuju. Hal ini dapat dilihat dari hasil rata-rata dari keseluruhan jawaban responden pada variabel X (Akun Instagram) sebesar 87.4.

Berikut ini merupakan rekapitulasi dari hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel Y yaitu citra *Brand*, berdasarkan tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.40**

**Rekapitulasi Variabel Y N=75**

<b>NO</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>
1	Y1	3,34
2	Y2	3,28
3	Y3	3,36
4	Y4	3,33
5	Y5	3,22
6	Y6	3,37
7	Y7	3,32
Rata-rata		3,30
Jumlah		23,12

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Dari hasil rekapitulasi diatas secara keseluruhan responden menyatakan bahwa minat beli (Sangat Setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel citra *Brand* (Variabel Y) sebesar 23,12.

**5. Uji Regresi Linier Sederhana**

Analisis Uji Regresi dilakukan untuk memperoleh sebuah gambaran pengaruh antara variabel independen (X) yaitu Pengaruh *Marketing Public Relations* Haus Indonesia terhadap variabel (Y) yaitu citra *Brand*, sebagaiberikut ini adalah data hasil pengelolaan SPSS versi 23 for windows :

**Tabel 4.41**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 <sup>a</sup>	.539	.533	3.06133

Sumber: Perhitungan SPSS 23

a. Predictors: (Constant), *Citra Brand*

Analisis Regresi yang digunakan pada bagian ini merupakan linier sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut juga koefisien korelasi antara variabel Pengaruh *Marketing Public Relations* Terhadap *Citra Brand* dengan nilai R adalah 0,734 yaitu diantara 0.60 – 0,799 artinya hubungan atau korelasi anatar variabel pengaruh Akun Instagram berpengaruh kuat.

- a. 0.00 – 0.199 artinya sanagat rendah atau lemah sekali
- b. 0.20 – 0.399 artinya rendah atau lama
- c. 0.40 – 0.599 artinya sedang atau cukup
- d. 0.60 – 0.799 artinya tinggi atau kuat
- e. 0.80 – 1.00 artinya sangat tinggi atau sangat kuat

Sedangkan R Square disebut juga koefisien determinasi, dapat dibaca bahwa nilai R Square menunjukkan angka 0.539. angka tersebut dapat diartikan *citra Brand* hausindonesia yang disebabkan oleh Pengaruh *Marketing Public Relations* adalah sebesar 59.3% sedangkan sisanya 41.2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Nilai R square menunjukkan angka 0.539 atau 59.3% artinya akun instagram haus indonesia berpengaruh dalam tertarik pada konten.

Selanjutnya, yaitu analisi uji regresi linier sederhana yaitu analisis yang bertujuan untuk memperoleh berupa gambaran pengaruh

antar X yaitu Pengaruh *Marketing Public Relations* Terhadap variabel Y yaitu citra *Brand* Berikut ini adalah tabel ANOVA yang akan menunjukkan Pengaruh anantara Variabel X dan Y, sebagai berikut :

**Tabel 4.42**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	799.648	1	799.648	85.3	.000
Residual	684.139	73	9.372	25	B
Total	1483.787	74			

a. Dependent Variable: Citra *Brand*

b. Predictors: (Constant), *Marketing Public Relations*

Sumber: Perhitungan SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas 4.42, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 85.325 dengan nilai signifikan 0.00 karena nilai yang diperoleh lebih kecil dari 0.10 yaitu  $0.00 < 0,10$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel Akun Instagram hausindonesia berpengaruh kepada citra *Brand*.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus  $< 0.10$ . karena angka probabilitas (sig)  $0,00 < 0,10$  maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap citra *Brand* hausindonesia.

**Tabel 253**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.790	2.389	.734	2.005	.049
Akun Instagram	.217	.023		9.237	.000

Sumber: Perhitungan SPSS 23

a. Dependent Variable: Minat Beli

Persamaan regresinya adalah :

$Y = a + bx$  Dimana :

$Y =$  Citra *Brand*

$X =$  *Marketing Public Relations*

$a =$  Angka konstan dari unstandardized coefficients, yang ada dalam penelitian ini +4.790

$b =$  Angka koefisien regresi sebesar + 0,217

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai  $X = 0$  maka  $Y =$  persamaan menjadi :  $Y = 4,790 + 0,217 X$ . Apabila nilai  $X = 0$  maka  $Y = 4,790$ . Dan jika  $X = 1$  maka  $Y = 5,007$

## 6. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel  $X$  dan  $Y$  yang telah didapat maka butuh dilakukan uji hipotesis. Untuk melihat Uji Hipotesis, yang dilihat pada thitung, yaitu:

Keterangan:

t = t hitung

r = koefisien korelasi sederhana antara X dan Y n = Jumlah

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

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

Diketahui : n = 74

r = 0,734

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

$$t = \frac{0,734\sqrt{(75-2)}}{\sqrt{(1-0,734^2)}}$$

$$t = \frac{0,734\sqrt{73}}{\sqrt{(1-0,538756)}}$$

$$t = \frac{0,734(8.544)}{\sqrt{0,461244}}$$

$$t = \frac{6,2712}{0,679}$$

$$t = 9,2359$$

Untuk melihat t dapat dilihat dengan derajat bebas = n (jumlah sampel) – k (jumlah variabel). Sehingga derajat bebasnya adalah 75-2 = 75, yang telah diuji dua arah dengan signifikan 10%. Untuk melihat hasil uji hipotesis yang dilihat pada tabel; t hitung 9.235 dan t tabel 1,666. Karena nilai t hitung = 11,936 > 1,666 t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara pengaruh *marketing public relations* (X) terhadap variabel dependent terikatminat

beli (Y).

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

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu variabel Pengaruh *Marketing Public Relations* (X) terhadap variabel dependent terikat minat beli (Y). Instagram digunakan sebagai salah satu media promosi konten citra *Brand* serta memberikan informasi yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen sehingga terciptalah salah satu tertarik. Penelitian ini dilakukan sebanyak 75 responden yang dijadikan sampel yaitu *Followers @hausindonesia*.

Responden dalam penelitian ini yaitu *Followers* Instagram *@hausindonesia* sebanyak 75 responden. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui mayoritas responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 48 orang dengan presentasi data 64%, dan perempuan terdapat 27 orang dengan presentasi data 36% (tabel 4.1). Untuk usia umur responden terdapat 17-20 tahun dengan 18 responden dengan presentasi data 24%, berikut mayoritas responden 21-25 tahun terdapat 55 orang dengan presentasi data 73,3%, sebanyak 26-30 tahun, responden dalam usia 30 tahun tidak ada data terpapar dalam google form (4.2). Mayoritas Pendidikan dalam penelitian adalah S1 dengan responden sebanyak 46 orang dengan presentasi data 61.3%, diikuti oleh SMA dengan sebanyak 27 orang dengan presentasi data 36% (tabel 4.3). Mayoritas pekerjaan responden penelitian ini yaitu pelajar/mahasiswa sebanyak 61 orang dengan presentasi data 81.3%, diikuti oleh pegawai swasta 10 orang dengan presentasi data 13.3%. Seluruh responden dalam penelitian ini sebanyak 100% menjawab tertarik dalam konten pada *hausindonesia*.

### **1. Pengaruh Marketing *Public Relations* “hausindonesia”**

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa Pengaruh Akun Instagram (Variabel X) yang dilihat dari keseluruhan dimensi *Instagram* tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh Akun Instagram (X) sebesar 87,4.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (X) Akun Instagram pernyataan memiliki data tertinggi adalah X16 yang memiliki pernyataan “isi konten dari akun Instagram @hausindonesia membantu para customer untuk mengetahui produk nya” yaitu sebanyak 3,49 karena dari fitur *Highlight* memudahkan para customer untuk melihat design dan promo yang belum dilihat dari Instagram .

### **2. Citra *Brand* Haus Indonesia @hausindonesia**

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa minat beli konsumen (Variabel Y) yang dilihat dari keseluruhan dimensi minat transaksional, minat refrensial, minat preferensial, minatt eksploratif. Diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan setuju di sebagian besar pernyataan minat beli konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel minat beli konsumen (Y) sebesar 23,12.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) citra *Brand* pernyataan memiliki data tertinggi adalah Y6 yang memiliki pernyataan setuju “Memilih produk hausindonesia dalam memenuhi kebutuhan saya dalam berpakaian” yaitu sebanyak 3,37 karena haus selalu menyajikan bahan yang bagus dan trend jadi untuk digunakan berpakaian sehari-hari bisa digunakan.



### 3. Pengaruh *Marketing Public Relations* Terhadap *Citra Brand @hausindonesia*

Pernyataan pada variabel X (*Marketing Public Relations*) dan variabel Y (*Citra Brand*) dalam penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Untuk membuktikan adanya pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap *Citra Brand @hausindonesia* aka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu t. Uji t itu bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi. Regresi pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai t-hitung harus lebih besar dari nilai t-tabel. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapat bahwa nilai t-hitung 9,2359 yang lebih besar dari nilai t-tabel 1,666. Karena t hitung lebih besar dari t tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga didapatkan bahwa terdapat pengaruh *Marketing Public Relations* terhadap *Citra Brand @hausindonesia*.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca R atau koefisien korelasi antara *Marketing Public Relations* terhadap *Citra Brand* sebesar 0,734 yaitu diantara 0,600 – 0,799 yang berarti hubungan atau korelasi antara variabel Akun Instagram tinggi dan kuat.

R Square yaitu 0,539 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh pengaruh variabel X, dalam penelitian ini *Citra Brand @hausindonesia* (Y) dipengaruhi 53.9% sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan *Followers* merasa bahwa konten dari *hausindonesia* mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian.