

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Profil Perusahaan

Ventela® Shoes mulai di perkenalkan pada tahun 2017 oleh William Ventela, seorang pemilik pabrik sepatu vulkanisir sejak tahun 1989 di Bandung, Jawa Barat.

Ventela® Shoes memiliki berbagai macam jenis dan model yang cocok di gunakan untuk berbagai jenis kegiatan. Setiap pasang Ventela® Shoes melalui proses yang panjang dan detail, mulai dari pemilihan material, proses produksi hingga pemeriksaan kualitas yang sangat ketat. Hal ini dilakukan agar kualitas Ventela® Shoes terjaga dengan baik.

Dengan sumber daya yang berlimpah Ventela® Shoes mampu memproduksi sepatu dengan kuantitas besar dan kualitas terbaik sehingga semua kalangan dapat memiliki sepatu berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau.

Ventela merupakan merek sepatu lokal yang lahir pada tahun 2017. William Ventela merupakan pemilik dari perusahaan merek sepatu lokal itu. Hal yang mengejutkan ternyata, Ventela merupakan sebuah merek yang berada dalam naungan PT. Sinar Runnerindo. Sebuah perusahaan pabrik yang sudah lama memproduksi sepatu untuk merek lokal. Selain itu,

William sendiri juga merupakan pemilik pabrik sepatu PT. Sinar Runnerindo sejak tahun 1989. Artinya sudah lebih dari 20 tahun pabrik ini bermain dalam dunia sepatu. Dari segi pengalaman,

produk Ventelamungkin bisa jadi di atas merek-merek lokal hype yang beredar saat ini. Oleh sebab itu pada situs resmi Ventela dijelaskan kalau sepatu produknya dibuat secara serius dan teliti. William menginginkan produk sepatu yang dihasilkannya bernilai fashionable, berkualitas, dan awet. Jadi bukan hanya sekedar mengikuti hype sepatu saat ini. Terbukti dari produk yang dihasilkan, mulai dari artikel 70's sampe Public yang berhasil mengambil hati dan perhatian masyarakat local pride (kaskus.co.id, 2019).

Disini William Ventela ingin memberikan kesan “The Perfect Shoes” yaitu sepatu yang dapat dikenakan setiap orang mulai dari anak usiaa satu tahun hingga dewasa, untuk mewujudkan ini, solusi menurutnya adalah dengan membuat sepasang sepatu vulkanisir atau disebut “Sepatu Kanvas”.

Ventela mempunyai pemasaran yang cukup unik, mereka secara resmi tidak memiliki toko offline. Strategi unik Ventela ialah membuka kesempatan untuk para reseller memasarkan produk mereka. Hal ini yang membuat Ventela susah untuk didapatkan dan menjadi incaran masyarakat local pride. Segmentasi pasar Ventela yaitu kelompok usia produktif dengan rentang usia 15-64 tahun karena dalam segmentasi tersebut tidak termasuk dalam beban tanggungan. Ventela memasarkan produk dengan harga yang cukup terjangkau namun tetap menjaga kualitas. Hal tersebut menjadikan Ventela diposisi paling atas dalam jajaran sneaker lokal karena minat belinya salah satu yang tinggi (kaskus.co.id, 2019).

Ventela, ini sangat cocok buat pelindung kaki sekaligus temen kamu hangout dan segala macam jenis kegiatan. Pembuatan sepatunya pun tidak serta merta dengan proses yang singkat namun terjadi proses yang panjang dan detail mulai dari pemilihan material, proses produksi hingga pemeriksaan kualitas yang sangat ketat.

Semua hal ini dilakukan untuk menjaga kualitas produk dan menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Hal ini juga salah satu alasan hadirnya Ventela agar bisa dijangkau dan dimiliki oleh semua kalangan dengan kuantitas besar dan kualitas terbaik dengan jaminan harga yang terjangkau.

Ciri khas sepatu ini adalah insole Ultralite Foam Insole yang empuk dan nyaman, jahitan yang rapih serta hasil secara keseluruhan bisa dibidang sangat rapih. Kemudian terkait dengan kualitas sol sepatunya juga sangat bagus karena pada prosesnya sol bagian bawah sepatunya itu dipanggang supaya lebih kuat, jadi dijamin tidak akan cepat rusak.

Selain itu keunggulan dari sepatu ini adalah memiliki pabrik sendiri. Sehingga bahan dan proses produksinya benar-benar dijamin oleh Ventela, ia juga mengutamakan kenyamanan pemakai tanpa melupakan estetika dan kualitas sepatu.

Dalam penjualannya dalam situs Ubanasia, dan djawanews Ventela memang memiliki tempat tersendiri di hati para penggemarnya.

Logo dan Selogan Ventelashoes

Gambar 4. 1 Logo Ventelashoes



Ventela sendiri memiliki slogan 'brand lokal desain internasional'. Yang berarti buatan anak negeri tapi memiliki kualitas yang tidak kalah dengan merek sepatu internasional.

Gambaran akun Instagram @ventelashoes

Ventelashoes berfokus pada penjualan produk melalui akun Instagram dan tidak memiliki offline store. Ventelashoes adalah salah satu brand yang memanfaatkan platform media sosial untuk berbisnis. Instagram ventelashoes selalu mengeluarkan produk-produk yang dinantikan oleh pengikut Instagramnya, bisa terlihat dari adanya banyak komentar di akun Instagram tersebut menunggu produk dari ventelashoes di launching. Produk yang di launching oleh ventelashoes biasanya akan habis dalam hitungan menit setelah dipasang di Instagram. Produk-produk dari ventelashoes dapat dibeli melalui platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Lazada ataupun lainnya.

Gambar 4. 2 Tampilan Profile Ventelashoes



Gambar 4.2 Tampilan Profile ventelashoes
(sumber : Instagram @ventelashoes)

Gambar 4. 3 Tampilan Produk Sepatu yang Dijual di Instagram



(sumber : Instagram @ventelashoes)

Ventelashoes memanfaatkan fitur-fitur interaksi yang disediakan oleh Instagram seperti kolom komentar, maunun *direct messages*. Ventelashoes selalu meminta kritik dan saran di akun Instagram resmi mereka terkait produknya. Ini membuat produk tersebut bertahan sampai dengan saat ini karena mengikuti perkembangan dan keinginan pasar. Sampai dengan tahun 2023 Instagram Ventelashoes memiliki lebih dari 700 ribu pengikut.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil kuesioner kepada 87 responden dalam penelitian ini, maka diperoleh responden Pengaruh *Cyber Public Relations* Ventelashoes terhadap *Brand Image* ventelashoes sebagai berikut:

a. Identitas responden

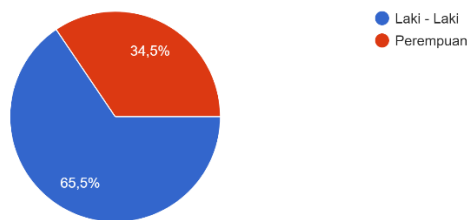
- 1) Jenis kelamin

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frequency	Percent
Laki-laki	57	65.5
Perempuan	30	34.5
Total	87	100.0

Sumber : SPSS versi 25

Jenis Kelamin
87 jawaban



Bedasarkan tabel diatas, dapat di ketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 57 sedangkan perempuan sebanyak 30. Hal ini menunjukan mayoritas responden dalam jumlah akun Instagram yang berkomentar pada unggahan @ventelashoes adalah laki-laki yaitu sebanyak 66 orang.

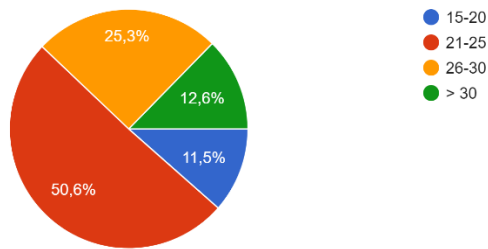
2) Usia

Tabel 4. 2 Jenis Usia Responden

Usia	Frequency	Percent
15-20	10	11.5
21-25	44	50.6
26-30	22	25.3
> 30	11	12.6
Total	87	100.0

Sumber : SPSS versi 25

Umur
87 jawaban



Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden usia, sebanyak 10 orang atau 11,5% berusia antara usia 15-20, sebanyak 44 orang atau 50,6% berusia antara usia 21-25, sebanyak 22 orang atau 25,3% berusia antara usia 26-30, sebanyak 11 orang atau 12.6% yang berusia >30. Bisa dilihat jumlah terbesar pada responden yaitu di usia 21-25 tahun sebanyak 44 orang atau 50,6%.

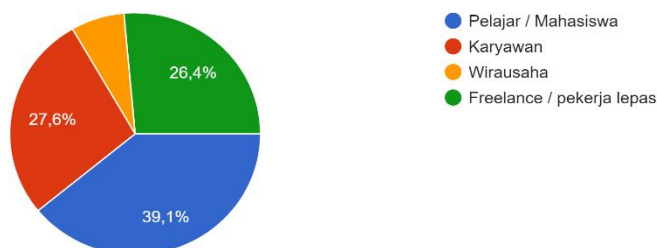
3) Status Sosial/Pekerjaan Responden

Tabel 4. 3 Jenis Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frequency	Percent
Pelajar / Mahasiswa	34	39.1
Karyawan	24	27.6
Wirausaha	6	6.9
<i>Freelance</i> / pekerja lepas	23	26.4
Total	87	100.0

Sumber : SPSS versi 25

Status Sosial / Pekerjaan
87 jawaban



Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa total dari 87 responden. pekerjaan para responden yaitu pelajar/mahasiswa sebanyak 34 orang, Karyawan sebanyak 24 orang, Pekerja lepas sebanyak 23 orang, wirausah sebanyak 6 orng. Bisa dilihat bahwa jumlah terbesar pada responden dipekerjaan pelajar/mahasiswa dengan jumlah 39 orang.

b. Pernyataan Variabel X (*Cyber Public Relations*)

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

1) Pesan (*Messaging*)

a. Pernyataan Variabel X1.1

Tabel 4. 4 Pernyataan Variabel X1.1

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.1
2	Tidak Setuju	9	10.3
3	Setuju	26	29.9
4	Sangat Setuju	51	58.6
	Total	87	100.0

Sumber : SPSS versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 1,1% menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 9 orang atau 10.3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 26 orang atau 29,9% menyatakan setuju, sebanyak 51 orang atau 58,8% menyatakan sangat setuju, dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka berkomunikasi serta bertukar informasi dengan staff @ventelashoes melalui media sosial yang mereka gunakan dengan total presentase 58,6%

b. Pernyataan Variabel X1.2

Tabel 4. 5 Pernyataan Variabel X1.2

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	3	3.4
3	Setuju	29	33.3
4	Sangat Setuju	55	63.2
	Total	87	100.0

Sumber : SPSS versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 3 orang atau 3,4% menyatakan tidak setuju, sebanyak 29 orang atau 33,3% menyatakan setuju, sebanyak 55 orang atau 63,2% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka memanfaatkan media sosial untuk mempermudah pemesanan produk @ventelashoes dengan total presentase 63,2%

c. Pernyataan Variabel X1.3

Tabel 4. 6 Pernyataan Variabel X1.3

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	5	5.7
3	Setuju	41	47.1
4	Sangat Setuju	41	47.1
	Total	87	100.0

Sumber : SPSS versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 5 orang atau 5,7% menyatakan tidak setuju, sebanyak 41 orang atau 47,1% menyatakan setuju, sebanyak 41 orang atau 47,1% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden memilih setuju dan sangat setuju bahwa @ventelashoes memberikan informasi secara transparan mengenai produk yang dijual dengan total presentase 47,1%

2) Akses pengguna (*User Access*)

a. **Pernyataan Variabel X2.1**

Tabel 4.7 Pernyataan Variabel X2.1

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2.3

3	Setuju	23	26.4
4	Sangat Setuju	62	71.3
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 2 orang atau 2,3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 23 orang atau 26,4% menyatakan setuju, sebanyak 62 orang atau 71.3% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka menggunakan Instagram melihat produk terbaru dari @ventelashoes dengan total presentase 71,3%

b. Pernyataan Variabel X2.2

Tabel 4. 7 Pernyataan Variabel X2.2

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1.1
3	Setuju	27	31
4	Sangat Setuju	59	67.8
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak orang 1 atau 1,1% menyatakan tidak setuju, sebanyak 27 orang atau 31% menyatakan setuju, sebanyak 59 orang atau 67.8% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes memudahkan pelanggannya mengkases produk yang dijual dengan total presentase 71,3%

c. Pernyataan Variabel X2.3

Tabel 4. 8 Pernyataan Variabel X2.3

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	4	4.6
3	Setuju	37	42.5
4	Sangat Setuju	46	52.9
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 4 orang atau 4,6% menyatakan tidak setuju, sebanyak 37 orang atau 42,5% menyatakan setuju, sebanyak 46 orang atau 52.9% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka melihat profile Instagram @ventelashoes tanpa ada kesusahan dengan total presentase 52,9%

3) Penerbitan Elektronik (*E-Publishing*)

a. Pernyataan Variabel X3.1

Tabel 4. 9 Pernyataan Variabel X3.1

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	4	4.6
2	Tidak Setuju	11	12.6
3	Setuju	30	34.5
4	Sangat Setuju	42	48.3
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 4 orang atau 4,6% menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 11 orang atau 12,6% menyatakan tidak setuju, sebanyak 30 orang atau 34,5% menyatakan setuju, sebanyak 42 orang atau 48,3% menyatakan sangat setuju, dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka pernah mengunggah gambar atau video terkait produk @ventelashoes di Instagram pribadi dengan total presentase 48,3%

b. Pernyataan Variabel X3.2

Tabel 4. 10 Pernyataan Variabel X3.2

N = 87

Sumber:
25

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.1
2	Tidak Setuju	1	1.1
3	Setuju	27	31
4	Sangat Setuju	58	66.7
	Total	87	100.0

SPSS Versi

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 1,1% menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 1 orang atau 1,% menyatakan tidak setuju, sebanyak 27 orang atau 31% menyatakan setuju, sebanyak 58 orang atau 66,7% menyatakan sangat setuju, dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes megunggah konten sesuai dengan produk yang dijual dengan total presentase 66,7%

c. Pernyataan Variabel X3.3

Tabel 4. 11 Pernyataan Variabel X3.3

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2.3
3	Setuju	36	40.2
4	Sangat Setuju	50	57.5

	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 2 orang atau 2,3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 36 orang atau 40,2% menyatakan setuju, sebanyak 50 orang atau 57,5% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes sering mengupload konten baik di feeds atau story dengan total presentase 57,5%

- 4) Berbagi pendapat dan saran oleh organisasi (*option and advice sharing*)

a. Pernyataan Variabel X4.1

Tabel 4. 12 Pernyataan Variabel X4.1

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1.1

3	Setuju	33	37.9
4	Sangat Setuju	53	60.9
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 1,1% menyatakan tidak setuju, sebanyak 33 orang atau 37,9% menyatakan setuju, sebanyak 53 orang atau 60,9% menyatakan sangatsetuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes memiliki contact person yang dapat dihubungi dengan total presentase 60,9%

b. Pernyataan Variabel X4.2

Tabel 4. 13 Pernyataan Variabel X4.2

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Setuju	32	36.8
4	Sangat Setuju	55	63.2

	Total	87	100.0
--	-------	----	-------

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa, sebanyak 32 orang atau 36,8% menyatakan setuju, sebanyak 55 orang atau 63.2% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun Instagram @ventelashoes membuka komentar disetiap postingannya dengan total presentase 60,9%.

c. Pernyataan Variabel X4.3

Tabel 4. 14 Pernyataan Variabel X4.3

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.3
2	Tidak Setuju	7	8
3	Setuju	29	33.3

4	Sangat Setuju	49	56.3
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 2 orang atau 2,3% menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 7 orang atau 8,% menyatakan tidak setuju, sebanyak 29 orang atau 33.3% menyatakan setuju, sebanyak 49 orang atau 56,3% menyatakan sangat setuju, dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa pernah berkomunikasi dengan staff @ventelashoes melalui direct message dengan total presentase 56,3%.

5) Jaringan (*Networking*)

a. Pernyataan Variabel X5.1

Tabel 4. 15 Pernyataan Variabel X5.1

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2.3
3	Setuju	20	23
4	Sangat Setuju	65	74.7

	Total	87	100.0
--	-------	----	-------

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 2 orang atau 2,3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 20 orang atau 23% menyatakan setuju, sebanyak 65 orang atau 74,7% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes melakukan kerja sama dengan brand lain dengan total presentase 74,7%.

b. Pernyataan Variabel X5.2

Tabel 4. 16 Pernyataan Variabel X5.2

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Setuju	35	40.2
4	Sangat Setuju	52	59.8
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa, sebanyak 32 orang atau 36,8% menyatakan setuju, sebanyak 55 orang atau 63.2% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes menjalin hubungan baik dengan customer melalui balasan pesan, baik di komentar atau story dengan total presentase 59,8%.

c. Pernyataan Variabel X5.3

Tabel 4. 17 Pernyataan Variabel X5.3

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2.3
3	Setuju	39	44.8
4	Sangat Setuju	46	52.9
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 2 orang atau 2,3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 39 orang atau 44,8% menyatakan setuju, sebanyak 46 orang atau 52.9% menyatakan sangat

setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes menyampaikan dan menerima masukan komunitas dengan total presentase 52,9%.

6) Kolaborasi (*collaboration*)

a. **Pernyataan Variabel X6.1**

Tabel 4. 18 Pernyataan Variabel X6.1

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1.1
3	Setuju	30	34.5
4	Sangat Setuju	56	64.4
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 1,1% menyatakan tidak setuju, sebanyak 30 orang atau 34,5% menyatakan setuju, sebanyak 56 orang atau 64,4% menyatakan sangatsetuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes mengajak

customersnya untuk berbagi pendapat mengenai produknya dengan total presentase 64.4%.

b. Pernyataan Variabel X6.2

Tabel 4. 19 Pernyataan Variabel X6.2

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.3
2	Tidak Setuju	-	-
3	Setuju	34	39.1
4	Sangat Setuju	51	58.6
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 2 orang atau 2,3% menyatakan sanga tidak setuju, sebanyak 34 orang atau 39,1% menyatakan setuju, sebanyak 51 orang atau 58,6% menyatakan sangatsetuju, responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes terbuka dengan masukan atau feedback oleh konsumen dengan total presentase 58,6%.

c. Pernyataan Variabel X6.3

Tabel 4. 20 Pernyataan Variabel X6.3

N : 87

Sumber:
25

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2.3
3	Setuju	27	31
4	Sangat Setuju	58	66.7
	Total	87	100.0

SPSS Versi

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 2 orang atau 2,3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 27 orang atau 31,0% menyatakan setuju, sebanyak 58 orang atau 66,7% menyatakan sangatsetuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes menyampaikan rasa atau pendapat dari komunitas dengan total presentase 66,7%.

7) Instruksi (*instruction*)

a. **Pernyataan Variabel X7.1**

Tabel 4. 21 Pernyataan Variabel X7.1

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2.3
2	Tidak Setuju	9	10.3
3	Setuju	30	34.5
4	Sangat Setuju	46	52.9

	Total	87	100.0
--	-------	----	-------

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 2 orang atau 2,3% menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 9 orang atau 10,3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 30 orang atau 34.5% menyatakan setuju, sebanyak 46 orang atau 52,9% menyatakan sangat setuju, dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes memposting konten edukasi dengan total presentase 52,9%.

b. Pernyataan Variabel X7.2

Tabel 4. 22 Pernyataan Variabel X7.2

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1.1
3	Setuju	28	32.2

4	Sangat Setuju	58	66.7
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 1,1% menyatakan tidak setuju, sebanyak 28 orang atau 32,2% menyatakan setuju, sebanyak 58 orang atau 66,7% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes pernah memposting sesuatu yang mengibur seperti give away dengan total presentase 66,7%.

c. Pernyataan Variabel X7.3

Tabel 4. 23 Pernyataan Variabel X7.2

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.1
2	Tidak Setuju	10	11.5
3	Setuju	30	34.5
4	Sangat Setuju	46	52.9
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 1,1% menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 10 orang atau 11,5% menyatakan tidak setuju, sebanyak 30 orang atau 34.5% menyatakan setuju, sebanyak 46 orang atau 52,9% menyatakan sangat setuju, dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes memposting mengenai event seperti postingan tentang webinar dengan total presentase 52,9%.

8) Keterlibatan Pengguna (*User Engagement*)

a. **Pernyataan Variabel X8.1**

Tabel 4. 24 Pernyataan Variabel X8.1

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.1
2	Tidak Setuju	1	1.1
3	Setuju	19	21.8
4	Sangat Setuju	66	75.9
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 1,1% menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 1 orang atau 1,1% menyatakan tidak setuju, sebanyak 19 orang atau 21,8% menyatakan setuju, sebanyak 66 orang atau 75,9% menyatakan sangat setuju, dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka melihat jumlah Followers saat mengunjungi akun Instagram @ventelashoes dengan total presentase 75,9%.

b. Pernyataan Variabel X8.2

Tabel 4. 25 Pernyataan Variabel X8.2

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	3.4
2	Tidak Setuju	3	3.4
3	Setuju	32	38.8
4	Sangat Setuju	49	56.3
	Total	87	100.0

Sumber:
Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 3 orang atau 3,4% menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 3 orang atau 3,4% menyatakan tidak setuju, sebanyak 32 orang atau 38,8% menyatakan setuju, sebanyak 49 orang atau 56,3% menyatakan sangat setuju, dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka melihat jumlah komentar di postingan akun Instagram @ventelashoes dengan total presentase 56,3%.

c. Pernyataan Variabel X8.3

Tabel 4. 26 Pernyataan Variabel X8.3

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.1
2	Tidak Setuju	2	2.3
3	Setuju	26	29.9
4	Sangat Setuju	58	66.7
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 1,1% menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 2 orang atau 2.3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 26 orang atau 29.9% menyatakan setuju, sebanyak 58 orang atau 66.7% menyatakan sangat setuju, dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka membaca komentar di postingan akun instagram @ventelashoes dengan total presentase 66.7%.

c. Pernyataan Variabel Y (*Brand Image*)

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, maka hasil penelitian dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

a) Kekuatan Asosiasi Merk

a. Pernyataan Variabel Y1.1

Tabel 4. 27 Pernyataan Variabel Y1.1

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
----	------------	-----------	------------

1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2.3
3	Setuju	31	35.6
4	Sangat Setuju	54	62.1
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 2 orang atau 2,3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 31 orang atau 35,6% menyatakan setuju, sebanyak 54 orang atau 62,1% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa Informasi yang diberikan @ventelashoes sesuai dengan produk yang dipasarkan dengan total presentase 62.1%.

b. Pernyataan Variabel Y1.2

Tabel 4. 28 Pernyataan Variabel Y1.2

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	-	-
3	Setuju	50	57.5

4	Sangat Setuju	37	42.5
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa, sebanyak 50 orang atau 57,5% menyatakan setuju, sebanyak 37 orang atau 42,5% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden setuju bahwa mereka mendapatkan kesan positif terhadap merek @ventelashoesdengan total presentase 57.5%.

c. Pernyataan Variabel Y1.3

Tabel 4. 29 Pernyataan Variabel Y1.3

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	3	3.4
3	Setuju	31	35.6

4	Sangat Setuju	53	60.9
	Total	87	100

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 3 orang atau 3,4% menyatakan tidak setuju, sebanyak 31 orang atau 35,6% menyatakan setuju, sebanyak 53 orang atau 60,9% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka dapat mengetahui tujuan dan kegunaan produk @ventelashoesdengan total presentase 60.9%.

b) Keunggulan Asosiasi Merek

a. **Pernyataan Variabel Y2.1**

Tabel 4. 30 Pernyataan Variabel Y2.1

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1.1
2	Tidak Setuju	2	2.3
3	Setuju	31	35.6

4	Sangat Setuju	53	60.9
	Total	87	100.0

Sumber: SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 1,1% menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 2 orang atau 2,3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 31 orang atau 35,6% menyatakan setuju, sebanyak 53 orang atau 60.9% menyatakan sangat setuju, dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa harga produk yang ditawarkan @ventelashoes terjangkau dengan total presentase 60.9%.

b. Pernyataan Variabel Y2.2

Tabel 4. 31 Pernyataan Variabel Y2.2

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1.1
3	Setuju	31	35.6
4	Sangat Setuju	55	63.2
	Total	87	100.0

Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 1,1% menyatakan tidak setuju, sebanyak 31 orang atau 35,6% menyatakan setuju, sebanyak 55 orang atau 63,2% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa Produk dari @ventelashoes unggul secara fungsional dengan total presentase 63.2%.

c. Pernyataan Variabel Y2.3

Tabel 4. 32 Pernyataan Variabel Y2.3

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	1	1.1
3	Setuju	38	43.7
4	Sangat Setuju	48	55.2
	Total	87	100.0

Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 1,1% menyatakan tidak setuju, sebanyak 38 orang atau 43.7% menyatakan setuju, sebanyak 48 orang atau 55,2% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa Produk dari @ventelashoes mempunyai manfaat yang relevan dengan kebutuhan pelanggan dengan total presentase 55.2%.

c) Keunikan Asosiasi Merek

a. **Pernyataan Variabel Y3.1**

Tabel 4. 33 Pernyataan Variabel Y3.1

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	3	3.4
3	Setuju	23	26.4
4	Sangat Setuju	61	70.1
	Total	87	100.0

Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 3 orang atau 3,4% menyatakan tidak setuju, sebanyak 23 orang atau 26,4% menyatakan setuju, sebanyak 61 orang atau 70,1% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa akun instagram @ventelashoes mempunyai nama yang unik/mudah diingat dengan total presentase 70.1%.

b. Pernyataan Variabel Y3.2

Tabel 4. 34 Pernyataan Variabel Y3.2

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2.3
3	Setuju	31	35.6
4	Sangat Setuju	54	62.1
	Total	87	100.0

Sumber

: SPSS

Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 2 orang atau 2,3% menyatakan tidak setuju, sebanyak 31 orang atau 35,6% menyatakan setuju, sebanyak 54 orang atau 62.1% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa mereka pernah melihat iklan @ventelashoes di Instagram dan saya tertarik untuk melihatnya dengan total presentase 62.1%.

c. Pernyataan Variabel Y3.3

Tabel 4. 35 Pernyataan Variabel Y3.3

N : 87

No	Pernyataan	Frekuensi	Presentase
----	------------	-----------	------------

1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	4	4.6
3	Setuju	24	27.6
4	Sangat Setuju	59	67.8
	Total	87	100.0

Sumber : SPSS Versi 25

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa sebanyak 4 orang atau 4,6% menyatakan tidak setuju, sebanyak 24 orang atau 27,6% menyatakan setuju, sebanyak 59 orang atau 67.8% menyatakan sangat setuju, responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju dari seluruh responden sebanyak 87 orang dan presentase 100%.

Dari pernyataan tersebut, dalam penelitian ini mayoritas responden sangat setuju bahwa logo pada akun Instagram @ventelashoes unik dan mudah diingat dengan total presentase 62.1%..

a) Rekapitulasi Variabel X

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X yakni *Cyber Public Relations*, berdasarkan tabel sebagai berikut

Tabel 4. 36 Rekapitulasi hasil pengembangan variabel X *Cyber Public Relations*

Pernyataan	Mean
X1.1	3.46

X1.2	3.60
X1.3	3.41
X2.1	3.69
X2.2	3.67
X2.3	3.48
X3.1	3.26
X3.2	3.63
X3.3	3.55
X4.1	3.60
X4.2	3.63
X4.3	3.44
X5.1	3.72
X5.2	3.60
X5.3	3.51
X6.1	3.63
X6.2	3.54
X6.3	3.64
X7.1	3.38
X7.2	3.66
X7.3	3.39
X8.1	3.72

X8.2	3.46
X8.3	3.62
Jumlah	85,23
Rata-rata	3,55

Sumber:SPSS Versi 25

Secara keseluruhan responden menilai bahwa Pengaruh Cyber Public Relations tergolong tinggi (setuju), hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada Daya Tarik (X) sebesar 3.55

b) Rekapitulasi Variabel Y

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

Tabel 4. 37 Rekapitulasi hasil pengembangan variabel Y (Minat Beli)

Pernyataan	Mean
Y1.1	3.60
Y1.2	3.43
Y1.3	3.57
Y2.1	3.56
Y2.2	3.62
Y2.3	3.54
Y3.1	3.67
Y3.2	3.60

Y3.3	3.63
Jumlah	32.22
Rata-rata	3.58

Sumber: SPSS versi 25

Berdasarkan hasil rekapitulasi keseluruhan menunjukkan mayoritas responden menyatakan setuju bahwa pengaruh Cyber Public Relations terhadap *brand image* ventelashoes tergolong baik (Setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variable citra perusahaan (Y) pada tabel 4.36 sebesar 3.58

d. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel independen (X) yaitu *Cyber Public Relations* terhadap variabel dependen (Y) yaitu *Brand Image*. Berikut ini adalah data hasil dari pengolahan SPSS 25 for windows:

Tabel 4. 38 Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 ^a	.622	.618	1.294

a. Predictors: (Constant), Cyber Public Relations

Analisis regresi yang digunakan pada bagian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada pada hubungan fungsional ataupun kausan satu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel Pengaruh Cyber Public Relations Akun Instagram @Ventelashoes terhadap Brand Image Ventelashoes Sebesar 0,789 artinya hubungan atau korelasi antara variabel Cyber Public Relations **Reliabel** dengan Brand Image.

Sedangkan R square disebut juga koefisien determinasi, dapat dibaca bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,622. Angka tersebut diartikan bahwa Brand Image yang disebabkan oleh pengaruh Cyber Public Relations adalah sebesar 62,2%, sementara sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Nilai R square menunjukkan angka 0,622 atau 62,2% artinya Cyber Public Relations berpengaruh reliable terhadap Brand Image.

Tabel 4. 39 Coefficient

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.728	1.737		6.752	.000
	Cyber Public Relations	.240	.020	.789	11.836	.000

a. Dependent Variable: Brand Image

Berdasarkan tabel diatas dapat dibuat tabel persamaan regresi, sebagai berikut : Rumus Regresi Linear $Y = a+b$

$$Y = 11.728 + 0.240X$$

Dimana:

Y= Brand Image

X= Cyber Public Relations

a= nilai konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam penelitian ini nilai sebesar 11.728

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0.240

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai $X = 0$ maka $Y = 11.728$ dan jika $X = 1$ maka $Y = 11.968$ Artinya setiap peningkatan Cyber Public Relations sebesar 1% akan meningkatkan *brand image* sebesar 0.240. Menandakan arah variable Cyber Public Relations (X) terhadap Brand Image (Y) adalah positif.

e. Uji Hipotesis

untuk mengetahui pengaruh atau signifikan dari hasil penelitian terkait variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka untuk dilakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus :

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

Keterangan:

r= Koefisien korelasi antara X dan Y

n= Jumlah sampel

Maka dengan demikian:

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

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

Diketahui:

$$n = 87$$

$$r = 0,789$$

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

$$t = \frac{0,789 \sqrt{87-1}}{\sqrt{(1-0,789^2)}}$$

$$t = \frac{0,789 \sqrt{86}}{\sqrt{(1-0,622)}}$$

$$t = \frac{0,789 \times 9,273}{\sqrt{0,37}}$$

$$t = \frac{7,316}{0,608} = 12,032$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan nilai thitung yaitu 12,032 dan ttabel 1,291 dengan taraf kepercayaan 90% atau signifikansi dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n. dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 87, maka derajat bebasnya (df) n – 2= 87 – 2= 85. Dengan derajat kebebasan sebesar 85 dan signifikansi 10% adalah karena thitung 12,032 = (10,) > ttabel (1.291) dengan nilai signifikansi $\alpha = 0,01$. Hal ini menunjukkan ada pengaruh antara Cyber Public Relations (X) yang berarti

signifikansi terhadap Brand Image (Y), Karena nilai t hitung $>$ t tabel (12,032 $>$ 1,291, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya koefisien regresi signifikan yaitu terdapat adanya pengaruh antara Cyber Public Relations ventelashoes terhadap Brand Image.

C. Hasil Pembahasan

Penelitian ini menggunakan dua variabel yang terdiri dari variabel independen (X) yaitu pengaruh Cyber Public Relations akun Instagram @ventelashoes terhadap variabel dependen (Y) yaitu citra merek (brand image). Cyber Public Relations saat ini bisa dengan mudah dilakukan antara pelanggan dan sebuah merek atau brand. Sosial media khususnya Instagram saat ini dijadikan platform untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan sehingga bisa memberikan kontribusi dalam pembentukan citra merek. Penelitian ini dilakukan pada 87 responden. Responden atau sampel dalam penelitian ini adalah orang-orang yang melakukan interaksi dengan @ventelashoes melalui kolom komentar, direct messages dan orang-orang yang mem follow akun Instagram resmi milik @ventelashoes.

Dari hasil penelitian ini, jenis kelamin pada responden terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan total laki-laki sebanyak 57 orang dan perempuan dengan 30 orang. Dari jenis kelamin tersebut responden didominasi oleh laki-laki dengan total presentasi 65.5%. Usia mayoritas responden berada di usia 21-25 tahun dengan total presentase 50.6%. Mayoritas pekerjaan responden sebagai pelajar/mahasiswa dengan total presentase 39.1%.

1. Cyber Public Relations akun Instagram @ventashoes

Dari teori yang digunakan dan berdasarkan hasil penelitian ini variabel (X) pengaruh Cyber Public Relations akun Instagram @ventelashoes yang dapat dilihat dari dimensi yang ada seperti pesan,

akses pengguna, penerbitan elektronik, berbagi pendapat dan saran oleh organisasi, jaringan, kolaborasi, instruksi, keterlibatan pengguna dikategorika tinggi (setuju). Pernyataan setuju tersebut dapat dilihat dari jumlah nilai rata-rata pada variabel pengaruh Cyber Public Relations akun Instagram @ventelashoes (X) sebesar 3,55

Dari teori yang digunakan pada variabel (X) Cyber Public Relations. Dari total 24 pernyataan pada variabel X, pernyataan tertinggi terdapat pada pernyataan X8.1 dengan pernyataan "responden sangat setuju bahwa mereka melihat jumlah Followers saat mengunjungi akun Instagram @ventelashoes" yaitu dengan total rata-rata 3,72 karena akun instagram @ventelashoes memiliki followers yang cukup banyak yaitu sebesar 716 Ribu, membuat masyarakat semakin yakin untuk melihat profile akun tersebut karena memiliki banyak followers yang berarti menandakan akun tersebut memang ada dan tidak palsu.

2. Brand Image pada akun Instagram @ventelashoes

dari teori yang digunakan dan berdasarkan hasil penelelitian ini variabel (Y) Brand image pada akun Instagram @ventelashoes yang dapat dilihat dari dimensi yang ada seperti kekuatan asosiasi merek, keunggulan asosisasi merek dan keunikan asosiasi merek dikategorikan tinggi (setuju). Pernyataan setuju tersebut dapat dilihat dari jumlah nilai rata-rata pada variabel Brand Image akun Instagram @ventelashoes (Y) sebesar 3,58.

dari teori yang digunakan pada variabel (Y) brand image. Dari total 9 pernyataan pada variabel Y, pernyataan tertinggi terdapat pada pernyataan Y3.1 dengan pernyataan "akun instagram @ventelashoes mempunyai nama yang unik/mudah diingat" denga total rata-rata 3.67. Dari penelitian ini Brand Image yang tergambar di akun instagram ventelashoes memberikan kesan yang unik dan mudah diingat.

3. Pengaruh Cyber Public Relations akun Instagram @ventelashoes terhadap Brand Image @ventelasgoes

Pernyataan pada variabel Cyber Public Relations (X) dan Brand Image (Y) sudah memenuhi standar validitas karena r hitung $>$ r tabel. Dari penelitian ini dapat dibuktikan bahwa ada pengaruh Cyber Public Relations Ventelashoes terhadap Brand Image dengan dilakukannya uji hipotesis yaitu uji t. Dari perhitungan t tabel nilai t hitung = 12,032. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima karena r hitung lebih besar dari $>$ 1,291. Sehingga hasilnya adalah terdapat pengaruh Cyber Public Relations akun Instagram ventelashles terhadap Brand Image.

Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 untuk mendapatkan hasil perhitungan yang mencari seberapa kuatnya pengaruh Cyber Public Relations akun Instagram @ventelashoes terhadap Brand Image dapat diukur melalui hasil nilai R atau disebut juga sebagai koefisien korelasi. Nilai R sebesar 0,789 nilai tersebut menunjukkan hubungan korelasi antar variabel berpengaruh kuat.

Sedangkan R Square sebesar 0,622 atau sama dengan 62,2% dan angka tersebut dapat diartikan memiliki pengaruh yang cukup tinggi antara *Cyber Public Relations* Akun Instagram @ventelashoes terhadap *Brand Image* ventelashoes. Sedangkan sisanya 37,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Selain itu untuk membuktikan bahwa adanya pengaruh *Cyber Public Relations* Akun Instagram @ventelashoes terhadap *Brand Image* ventelashoes, Maka dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan rumus uji t, diperoleh t hitung (9,164) dengan t tabel (1,295). Karena nilai thitung = (9,164) $>$ t tabel (1,295) dengan signikasi $\alpha = 0,01$, dengan derajat kebebasan (df) 87-2 hal ini menunjukkan ada pengaruh antara Daya Tarik iklan Sleek Handwash (X) yang berarti signifikansi terhadap keputusan pembelian (Y). Karena nilai t hitung $>$ t tabel (9,164 $>$ 1,295), maka H_0

ditolak Ha diterima, yang berarti ada pengaruh dari Cyber Public Relations ventelashoes terhadap brand image