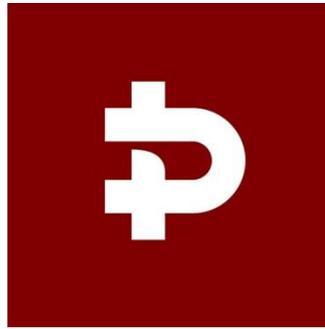


BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Gambaran Umum Prepp Studio

Prepp Studio merupakan sebuah *brand fashion* Indonesia yang dikembangkan oleh Dimas Mairyan Bersama sang istri. Selain itu Dimas dan Miaryan sang istri mengembang bisnis lain yang tergabung dalam brand Heygroup. Brand lain yang dikembangkan Dimas adalah Heymale, Heylocal, dan Zombasic.



4.0.1 Logo Preppstudio

Sumber: Instagram @preppstudio

Pada tahun 2020 Prepp Studio secara resmi diakuisi oleh *influencer* ternama, Arief Muhammad. Mengumumkan akuisisinya dengan memasang baliho dirinya dengan slogan “Siap Menjadi Nomor 1” sebagai CEO baru dari Prepp Studio.

Prepp Studio menawarkan beragam produk *fashion* yang menarik dengan ciri khas berupa warna-warna netral dan gaya *basic* namun tidak membosankan. Prepp Studio ingin menunjukkan kepada pasar bahwa mengenakan pakaian yang bagus dengan harga terjangkau. Selain itu Prepp Studio menjadikan produk siap pakai (*ready-to-wear*) yang

menghasilkan *weareable* dari atas hingga bawah yang mudah dikenakan sebagai pakaian sehari-hari untuk acara santai dan semi formal.

Preppies merupakan nama panggilan bagi para followers Instagram di @preppstudio yang berguna untuk membangun interaksi para followers di Instagram agar dapat saling terhubung.

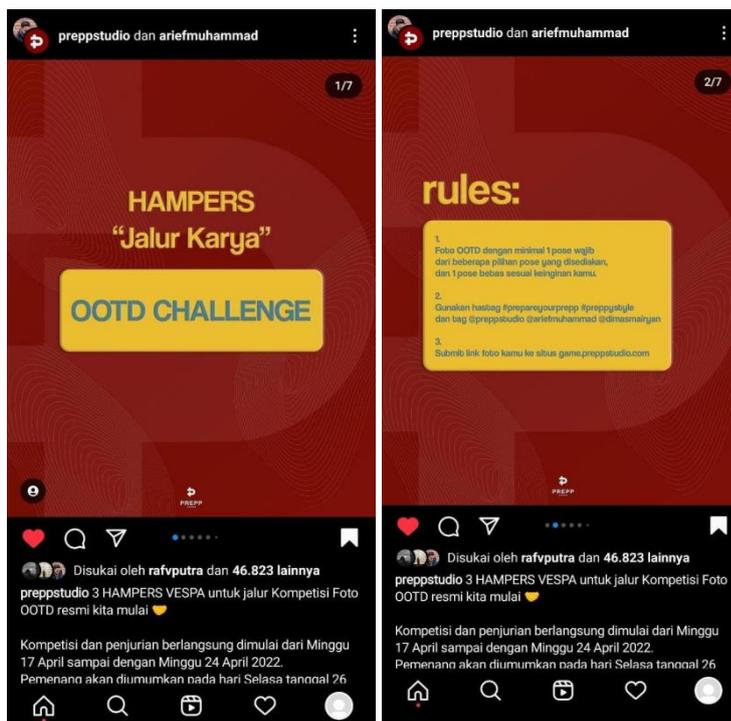
Bersama selebgram Arief Muhammad yang juga Ceo Prepp Studio menggelar kampanye dengan nama “Prepp Scooter Club” yang akan mendistribusikan 100 Vespa edisi spesial kepada pencinta koleksi busana Prepp Studio.

Preppies dapat berkesempatan memiliki sebuah Vespa edisi Prepp Studio dengan rangkaian *online competition & offline activation*. Preppies akan mendapatkan pencarian (*quest*) dari akun Instagram @preppstudio dan menyelesaikan semua intruksi games dengan syarat dan ketentuannya antara lain menggunakan pakaian dari Prepp Studio lalu mengunggahnya.

Kampanye dengan nama Prepp Studio dan Arief Muhammad akan membentuk komunitas “Prepp Scooter Club. Selain mendapatkan vespa, Prepp Studio akan memberikan atribut seperti jaket dan helm. Untuk memulai peresmian komunitas akan diadakan acara konvoy sebagai peresmian komunitas “Prepp Scooter”.

Saat ini Preppstudio tersedia di website dan beberapa *Market Place* (Tokopedia) & *Social Media* sehingga dapat mudah di temukan secara *online*. Dan terdapat juga di store Preppstudio jika ingin berbelanja secara *offline*.

2. Konten Instagram @preppstudio



4.2 Challenge Konten Instagram @preppstudio

Sumber : Instagram @preppstudio

Pada bulan April 2022 konten Prepp Studio memberikan salah satu *challenge* untuk mendapatkan 3 vespa edisi special Prepp Studio dengan syarat dan ketentuan untuk mengikuti *challenge* tersebut.

Hampers “Jalur Karya” *OOTD CHALLENGE* merupakan nama slogan dari *challenge* tersebut dengan mengikuti *rules* dari Prepp Studio itu sendiri seperti Foto OOTD dengan minimal 1 pose wajib dari beberapa pilihan pose yang disediakan dan 1 pose bebas sesuai keinginan kamu, menggunakan hashtag #prepareyourprepp #preppstyle dan tag @preppstudio @ariefmuhammad @dimasmairyan, dan terakhir submit link foto kamu ke situs game.preppstudio.com.

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap 89 responden yang sesuai dengan kriteria. Untuk mengetahui hasil penelitian ini, dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden yaitu *followers @preppstudio* melalui *direct message* Instagram dan dibagi dalam beberapa kategori yaitu sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin
N = 89

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	20	22,5%
2	Laki Laki	69	77,5%
B Jumlah		89	100%

e
rdasarkan data tabel 4.1 jenis kelamin di atas, dari seluruh responden sebanyak 89 orang dengan data presentase 100%, didapatkan data sebanyak 20 orang dengan presentase 22,5% merupakan jenis kelamin Perempuan dan data sebanyak 69 orang dengan persentase 77,5% merupakan Laki Laki. Maka dari data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini di dominasi oleh responden berjenis kelamin Laki Laki sejumlah 77,5%.

b. Usia

Tabel 4.2
Usia
N = 89

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17 – 20 Tahun	5	5,6%

2	21 – 25 Tahun	54	60,7%
3	26 – 30 Tahun	25	28,1%
4	>30 Tahun	5	5,6%
Jumlah		89	100%

Sumber: Hasil Penelitian pada bulan Januari 2023

Tabel 4.2 di atas dapat dilihat dari 89 responden, sebanyak 5 orang berusia 17 - 20 tahun dengan persentase 5,6 %, usia 21 - 25 tahun sebanyak 54 orang dengan persentase 60,7 %, usia 26 - 30 tahun sebanyak 25 orang dengan persentase 28,1 % dan terakhir responden dengan rentang usia > 30 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 5,6%. Maka dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa yang mendominasi yaitu responden dengan rentang usia 21 - 25 tahun sebanyak 54 orang dengan persentase 60%.

1. Pernyataan Variabel X (Konten Media Sosial)

Pada variabel X ini menggunakan 7 dimensi, yaitu: *Credible*, *Shareable*, *Useful or fun*, *Intersting*, *Relevant*, *Different*, *On brand*. Dan menggunakan sebanyak 26 pernyataan dengan hasil berikut:

a. *Credible*

Tabel 4.3

Konten Instagram @preppstudio bersifat informatif

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	23	25,8%
2	Setuju	59	66,3%
3	Tidak Setuju	7	7,9%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah		89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa sebanyak 23 orang dengan persentase 25.8% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 59 orang dengan persentase 66,3% menyatakan setuju, 7 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 7,9% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 59 orang dengan persentase 66,3% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio bersifat informatif.

Tabel 4.4

Konten Instagram @preppstudio memberikan informasi yang mudah untuk diterima

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	23	25,9%
2	Setuju	65	73%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa sebanyak 23 orang dengan persentase 25,9% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 65 orang dengan persentase 73% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 65 orang dengan persentase 73% menyatakan Setuju dengan pernyataan Konten Instagram @preppstudio memberikan informasi yang mudah untuk diterima.

Tabel 4.5
Konten Instagram @preppstudio memberikan informasi
dengan benar
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	33	37,1%
2	Setuju	56	62,9%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa sebanyak 33 orang dengan persentase 37,1% menyatakan sangat setuju, sebanyak 56 orang dengan persentase 62,9% menyatakan setuju, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju & sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 56 orang dengan persentase 62,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio memberikan informasi dengan benar.

Tabel 4.6
Konten Instagram @preppstudio *original* tanpa adanya
plagiarisme atau peniruan
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	26	29,2%
2	Setuju	62	69,7%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak	-	-

	Setuju		
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa sebanyak 26 orang dengan persentase 29,2% menyatakan sangat setuju, sebanyak 62 orang dengan persentase 69,7% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 62 orang dengan persentase 69,7% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio *original* tanpa adanya plagiarism atau peniruan.

b. *Shareable*

Tabel 4.7

Konten Instagram @preppstudio mudah dimengerti untuk dibagikan kepada sesama pengguna Instagram

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	27	30,3%
2	Setuju	59	66,4%
3	Tidak Setuju	2	2,2%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa sebanyak 27 orang dengan persentase 30,3% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 59 orang dengan persentase 66,4% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 2,2% dan 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan

persentase 1,1%. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 59 orang dengan persentase 66,3% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio mudah dimengerti untuk dibagikan kepada sesama pengguna Instagram.

Tabel 4.8

Konten Instagram @preppstudio menarik untuk dibagikan Kembali kepada sesama pengguna Instagram.

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	31	34,9%
2	Setuju	56	62,9%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa sebanyak 31 orang dengan persentase 34,9% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 56 orang dengan persentase 62,9% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 56 orang dengan persentase 62,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio menarik untuk dibagikan kembali kepada sesama pengguna Instagram.

Tabel 4.9
Konten Instagram @preppstudio memiliki kesamaan
selera dengan pengguna Instagram sehingga
menyenangkan untuk dibagikan
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	34	38,2%
2	Setuju	45	50,6%
3	Tidak Setuju	9	10,1%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa sebanyak 34 orang dengan persentase 38,2% menyatakan sangat setuju, sebanyak 45 orang dengan persentase 50,6% menyatakan setuju, 9 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 10,1% dan 1 orang menyatakan sangat tidak setuju dengan persentase 1,1%. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 45 orang dengan persentase 50,6% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio memiliki kesamaan selera dengan pengguna Instagram sehingga menyenangkan untuk dibagikan.

Tabel 4.10
Konten Instagram @preppstudio memiliki hubungan
dengan pengguna Instagram sehingga menarik untuk
dibagikan
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	28,1%
2	Setuju	62	69,7%
3	Tidak Setuju	2	2,2%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa sebanyak 25 orang dengan persentase 28,1% menyatakan sangat setuju, sebanyak 62 orang dengan persentase 69,7% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 2,2% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 62 orang dengan persentase 69,7% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio memiliki hubungan dengan pengguna Instagram sehingga menarik untuk dibagikan.

c. *Useful or Fun*

Tabel 4.11

Konten Instagram @preppstudio menyenangkan bagi pengguna Instagram

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	31	34,9%
2	Setuju	56	62,9%
3	Tidak Setuju	2	2,2%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.11 diketahui bahwa sebanyak 31 orang dengan persentase 34,9% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 56 orang dengan persentase 62,9% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 2,2% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 56 orang dengan persentase 62,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio menyenangkan bagi pengguna Instagram.

Tabel 4.12

Konten Instagram @preppstudio memiliki ide visual yang menarik sehingga pengguna Instagram merasa senang untuk melihatnya

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	36	40,4%
2	Setuju	53	59,6%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa sebanyak 36 orang dengan persentase 40,4% menyatakan sangat setuju, sebanyak 53 orang dengan persentase 59,6% menyatakan setuju, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju & sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas

responden yaitu 46 orang dengan persentase 59,6% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio memiliki ide visualisasi yang menarik sehingga pengguna Instagram merasa senang untuk melihatnya.

Tabel 4.13
Konten Instagram @preppstudio sangat
berkualitas
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	37	41,6%
2	Setuju	50	56,2%
3	Tidak Setuju	2	2,2%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa sebanyak 37 orang dengan persentase 41.6% menyatakan sangat setuju, sebanyak 50 orang dengan persentase 56,2% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 2,2% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 50 orang dengan persentase 56.2% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio sangat berkualitas.

Tabel 4.14
Konten Instagram @preppstudio memberikan
sejumlah tips sehingga dapat memberikan
pengetahuan baru bagi pengguna Instagram
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	24	27%
2	Setuju	64	71,9%

3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa sebanyak 24 orang dengan persentase 27% menyatakan sangat setuju, sebanyak 64 orang dengan persentase 71,9% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 64 orang dengan persentase 71,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio memberikan sejumlah tips sehingga dapat memberikan pengetahuan baru bagi pengguna Instagram

d. Interesting

Tabel 4.15
Konten Instagram @preppstudio memiliki ide kreatif yang menarik
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	36%
2	Setuju	56	62,9%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa sebanyak 32 orang dengan persentase 36% menyatakan sangat setuju, sebanyak 56 orang dengan persentase 62.9% menyatakan setuju, responden tidak

ada yang menjawab tidak setuju dengan dan sebanyak 1 orang dengan persentase 1,1%. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 56 orang dengan persentase 62,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram memiliki ide kreatif yang menarik.

Tabel 4.16
Konten Instagram @preppstudio memiliki visualisasi dan caption yang menarik
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	33,8%
2	Setuju	57	64%
3	Tidak Setuju	1	1.1%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa sebanyak 30 orang dengan persentase 33,8% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 57 orang dengan persentase 64% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan sebanyak 1 orang menyatakan sangat tidak setuju 1,1%. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 57 orang dengan persentase 64% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio memiliki visualisasi dan caption yang menarik.

Tabel 4.17
Konten Instagram @preppstudio memiliki durasi yang singkat namun mudah dipahami
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	31	34,9%
2	Setuju	57	64%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa sebanyak 31 orang dengan persentase 34,9% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 57 orang dengan persentase 64% menyatakan setuju, responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 orang dengan persentase 1,1% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 57 orang dengan persentase 64% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio memiliki durasi yang singkat namun mudah dipahami.

Tabel 4.18

Konten Instagram @preppstudio memiliki caption yang singkat tapi jelas sehingga mudah dipahami

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	33	37,1%
2	Setuju	56	62,9%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.18 diketahui bahwa sebanyak 33 orang dengan persentase 37,1% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 56 orang dengan persentase 62,9% menyatakan setuju, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju & sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 56 orang dengan persentase 62,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio memiliki caption yang singkat tapi jelas sehingga mudah dipahami.

e. *Relevant*

Tabel 4.19

**Konten Instagram @preppstudio mempunyai keterkaitan informasi produk untuk para pengguna Instagram
N = 89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	28,1%
2	Setuju	60	67,4%
3	Tidak Setuju	4	4,5%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa sebanyak 25 orang dengan persentase 28,1% menyatakan sangat setuju, sebanyak 60 orang dengan persentase 67,4% menyatakan setuju, 4 orang menyatakan tidak setuju

dengan persentase 4,5% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 60 orang dengan persentase 67,4% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio mempunyai keterkaitan informasi produk untuk para Instagram.

Tabel 4.20
Konten Instagram @preppstudio memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh para pengguna Instagram
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	36	40,5%
2	Setuju	52	58,4%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.20 diketahui bahwa sebanyak 36 orang dengan persentase 40,5% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 52 orang dengan persentase 58,4% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 52 orang dengan persentase 58,4% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten

Instagram @preppstudio memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh para pengguna Instagram.

Tabel 4.21
Konten Instagram @preppstudio dapat
dipercaya pengguna Instagram
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	44	49,4%
2	Setuju	41	46,1%
3	Tidak Setuju	3	3,4%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.21 diketahui bahwa sebanyak 44 orang dengan persentase 49,4% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 41 orang dengan persentase 46,1% menyatakan setuju, 3 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 3,4% dan 1 orang dengan persentase 1,1% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 44 orang dengan persentase 49,4% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio dapat dipercaya.

f. *Different*

Tabel 4.22

**Konten Instagram @preppstudio memiliki tema
yang bagus dan *elegant***

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	39	43,8%
2	Setuju	46	51,7%
3	Tidak Setuju	3	3,4%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.22 diketahui bahwa sebanyak 39 orang dengan persentase 43,8% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 46 orang dengan persentase 51,7% menyatakan setuju, 3 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 3,4% dan 1 orang dengan persentase 1,1% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 46 orang dengan persentase 51,7% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Instagram @preppstudio memiliki tema yang bagus dan *elegant*

Tabel 4.23

**Postingan yang diunggah menyajikan konten
yang unik**

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	33,8%
2	Setuju	57	64%
3	Tidak Setuju	2	2,2%
4	Sangat Tidak	-	-

	Setuju		
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.23 diketahui bahwa sebanyak 30 orang dengan persentase 33,8% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 57 orang dengan persentase 64% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 2,2% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 57 orang dengan persentase 64% menyatakan Setuju dengan pernyataan postingan yang diunggah menyajikan konten yang unik.

Tabel 4.24
Postingan yang diunggah menyajikan konten
yang berbeda
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	33,8%
2	Setuju	57	64%
3	Tidak Setuju	2	2,2%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.24 diketahui bahwa sebanyak 30 orang dengan persentase 33,8% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 57 orang dengan persentase 64% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 2,2% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 57

orang dengan persentase 64% menyatakan setuju dengan pernyataan postingan yang diunggah menyajikan konten yang berbeda.

g. On Brand

Tabel 4.25

Preppstudio adalah produk pakaian lokal yang pertama kali muncul di benak pengguna Instagram jika ingin membeli pakaian

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	28,1%
2	Setuju	60	67,4%
3	Tidak Setuju	3	3,4%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.25 diketahui bahwa sebanyak 25 orang dengan persentase 28,1% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 60 orang dengan persentase 67,4% menyatakan setuju, 3 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 3,4% dan sebanyak 1 orang dengan persentase 1,1% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 60 orang dengan persentase 67,4% menyatakan Setuju dengan pernyataan konten Preppstudio adalah produk pakaian lokal yang

pertama kali muncul di benak pengguna Instagram jika ingin membeli pakaian.

Tabel 4.26
Mengenali produk Preppstudio dengan melihat bentuk dan desainnya
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	33,7%
2	Setuju	58	65,2%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.26 diketahui bahwa sebanyak 30 orang dengan persentase 33,7% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 58 orang dengan persentase 65,2% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 58 orang dengan persentase 65,2% menyatakan Setuju dengan pernyataan Mengenali produk Preppstudio dengan melihat bentuk dan desainnya.

Tabel 4.27
Mengenali Preppstudio dengan melihat logonya
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	41	46,1%
2	Setuju	45	50,5%
3	Tidak Setuju	3	3,4%

4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.27 diketahui bahwa sebanyak 41 orang dengan persentase 46.1% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 45 orang dengan persentase 50,5% menyatakan setuju, 3 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 3,4% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 45 orang dengan persentase 50,6% menyatakan Setuju dengan pernyataan mengenali Preppstudio dengan melihat logonya.

Tabel 4.28

Mengenali Preppstudio dengan melihat iklannya

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	37	41,6%
2	Setuju	51	57,3%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.28 diketahui bahwa sebanyak 37 orang dengan persentase 41.6% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 51 orang dengan persentase 57.3% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas

responden yaitu 51 orang dengan persentase 57.3% menyatakan Setuju dengan pernyataan mengenali Preppstudio dengan melihat iklannya.

1. Pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pada variabel Y ini menggunakan 5 dimensi, yaitu: *Problem Recognition, Information Search, Evaluation Alternative, Purchase Decision, Post Purchase Behavior*. Dan menggunakan sebanyak 20 pernyataan dengan hasil berikut:

a. *Problem Recognition*

Tabel 4.29

**Saya memilih produk Preppstudio untuk
memenuhi kebutuhan pakaian harian
N = 89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	29	32,6%
2	Setuju	56	62,9%
3	Tidak Setuju	3	3,4%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.29 diketahui bahwa sebanyak 29 orang dengan persentase 32,6% menyatakan sangat setuju, sebanyak 56 orang dengan persentase 62,9% menyatakan setuju, 3 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 3,4% dan sebanyak 1 orang dengan persentase 1,1% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 46 orang dengan persentase 62,9% menyatakan Setuju dengan

pernyataan saya memilih produk Preppstudio untuk memenuhi kebutuhan pakaian harian.

Tabel 4.30

Saya memilih produk Preppstudio karena desain yang *simple* dan *elegant*

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	46	51,7%
2	Setuju	41	46,1%
3	Tidak Setuju	2	2,2%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.30 diketahui bahwa sebanyak 46 orang dengan persentase 51,7% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 41 orang dengan persentase 46,1% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 2,2% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 46 orang dengan persentase 51.7% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan saya memilih produk Preppstudio karena desain yang *simple* dan *elegant*.

Tabel 4.31

Sebelum saya membeli produk Preppstudio, saya melihat iklan yang ada serta melihat isi konten dari akun Instagramnya

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	28	31,5%
2	Setuju	61	68,5%

3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.31 diketahui bahwa sebanyak 28 orang dengan persentase 31,5% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 61 orang dengan persentase 68,5% menyatakan setuju, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju & sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 61 orang dengan persentase 68,5% menyatakan Setuju dengan pernyataan sebelum saya membeli produk Preppstudio, saya melihat iklan yang ada serta melihat isi konten dari akun Instagramnya.

Tabel 4.32

Saya tertarik dengan produk produk yang disediakan oleh Preppstudio

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	36%
2	Setuju	56	62,9%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.32 diketahui bahwa sebanyak 32 orang dengan persentase 36% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 56 orang dengan persentase 62,9% menyatakan setuju, 1 orang

menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 56 orang dengan persentase 62,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan saya tertarik dengan produk yang disediakan oleh Preppstudio.

b. Information Search

Tabel 4.33

**Saya mencari informasi tentang produk
Preppstudio yang saya butuhkan sebelum
membelinya
N = 89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	29	32,6%
2	Setuju	60	67,4%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.33 diketahui bahwa sebanyak 29 orang dengan persentase 32,6% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 60 orang dengan persentase 67,4% menyatakan setuju, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju & sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 60 orang dengan persentase 67,4% menyatakan Setuju dengan pernyataan Saya mencari informasi tentang produk

Preppstudio yang saya butuhkan sebelum membelinya.

Tabel 4.34
Keunggulan produk yang dibutuhkan melalui
postingan yang diunggah di akun Instagram
@preppstudio
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	33,7%
2	Setuju	58	65,2%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.34 diketahui bahwa sebanyak 30 orang dengan persentase 33,7% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 58 orang dengan persentase 65,2% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 58 orang dengan persentase 65,2% menyatakan Setuju dengan pernyataan saya melihat keunggulan produk yang dibutuhkan melalui postingan yang diunggah di akun Instagram @preppstudio.

Tabel 4.35
Saya mencari informasi terkait komposisi harga
Preppstudio tentang produk melalui teman,
keluarga, maupun rekan kerja
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	23	25,9%

2	Setuju	64	71,9%
3	Tidak Setuju	2	2,2%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.35 diketahui bahwa sebanyak 23 orang dengan persentase 25,9% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 64 orang dengan persentase 71,9% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 2,2% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 64 orang dengan persentase 71,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan saya mencari informasi terkait komposisi harga Preppstudio tentang produk melalui teman, keluarga, maupun rekan kerja.

Tabel 4.36

Saya mencari informasi terkait komposisi harga Preppstudio melalui website & e commerce
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	35	39,9%
2	Setuju	53	59%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.36 diketahui bahwa sebanyak 35 orang dengan persentase 39,9%

menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 53 orang dengan persentase 59% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 53 orang dengan persentase 59,6% menyatakan Setuju dengan pernyataan saya mencari informasi terkait komposisi harga Preppstudio melalui website & *e commerce*.

c. Evaluation Alternative

Tabel 4.37

Saya menjadikan Preppstudio sebagai pilihan utama sebelum membeli

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	35	39,4%
2	Setuju	52	58,4%
3	Tidak Setuju	2	2,2%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.37 diketahui bahwa sebanyak 35 orang dengan persentase 39,4% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 52 orang dengan persentase 58,4% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 2,2% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 52 orang dengan persentase 58,4%

menyatakan Setuju dengan pernyataan saya menjadikan Preppstudio sebagai pilihan utama sebelum membeli.

Tabel 4.38

Dari berbagai brand lokal pakaian, saya memilih Preppstudio sebagai pilihan pertama
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	36%
2	Setuju	53	59,6%
3	Tidak Setuju	4	4,4%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.38 diketahui bahwa sebanyak 32 orang dengan persentase 36% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 53 orang dengan persentase 59,6% menyatakan setuju, 4 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 4,4% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 53 orang dengan persentase 59,6% menyatakan Setuju dengan pernyataan dari berbagai brand lokal pakaian, saya memilih Preppstudio sebagai pilihan pertama.

Tabel 4.39

Mengganti Preppstudio hanya jika produk tersebut mengalami sesuatu seperti kerusakan produk
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	28,1%

2	Setuju	63	70,8%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.39 diketahui bahwa sebanyak 25 orang dengan persentase 28,1% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 63 orang dengan persentase 70,8% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 63 orang dengan persentase 70,8% menyatakan Setuju dengan pernyataan mengganti Prepptudio hanya jika produk tersebut mengalami sesuatu seperti kerusakan produk.

Tabel 4.40

Sebelum melaukan pembelian, saya meyakinkan diri bahwa produk Preppstudio sesuai dengan kebutuhan
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	36	40,4%
2	Setuju	53	59,6%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.40 diketahui bahwa sebanyak 36 orang dengan persentase 40,4% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 53 orang dengan persentase 59,6% menyatakan setuju, dan responden tidak ada yang menjawab tidak setuju & sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 53 orang dengan persentase 59,6% menyatakan Setuju dengan pernyataan sebelum melakukan pembelian, saya meyakinkan diri bahwa produk Preppstudio sesuai dengan kebutuhan.

d. Purchase Decision

Tabel 4.41

Setelah melalui proses perbandingan dalam memilih, saya menemukan produk Preppstudio yang sesuai untuk kebutuhan saya
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	26	29,2%
2	Setuju	60	67,5%
3	Tidak Setuju	2	2,2%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1.1
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.41 diketahui bahwa sebanyak 26 orang dengan persentase 29,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 60 orang dengan persentase 67,5% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 2,2% dan sebanyak 1 orang dengan persentase 1,1% sangat

tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 60 orang dengan persentase 67,4% menyatakan Setuju dengan pernyataan setelah melalui proses perbandingan dalam memilih, saya menemukan produk Preppstudio yang sesuai untuk kebutuhan saya.

Tabel 4.42

Saya membeli produk Preppstudio karena sesuai dengan kebutuhan saya

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	29	32,6%
2	Setuju	58	65,2%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.42 diketahui bahwa sebanyak 29 orang dengan persentase 32,6% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 58 orang dengan persentase 65,2% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan 1 orang dengan persentase 1,1% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 58 orang dengan persentase 65,2% menyatakan Setuju dengan pernyataan saya membeli produk Preppstudio karena sesuai dengan kebutuhan saya.

Tabel 4.43

Pembelian produk Preppstudio karena kualitasnya yang bagus serta harga yang

**terjangkau setelah membandingkan dengan
produk lain**

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	34	38,2%
2	Setuju	54	60,7%
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.43 diketahui bahwa sebanyak 34 orang dengan persentase 38,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 54 orang dengan persentase 60,7% menyatakan setuju, responden tidak ada yang menjawab tidak setuju dan 1 orang dengan persentasi 1,1% menyatakan sangat tidak setuju . Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 54 orang dengan persentase 60,7% menyatakan Setuju dengan pernyataan saya membeli produk Preppstudio karena kualitasnya yang bagus serta harga yang terjangkau setelah membandingkan dengan produk lain.

Tabel 4.44

**Saya membeli produk Preppstudio karena
mudah untuk di dapatkan mellalui online**

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	33,7%
2	Setuju	57	64,1%
3	Tidak Setuju	2	2,2%
4	Sangat Tidak	-	-

	Setuju		
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.44 diketahui bahwa sebanyak 30 orang dengan persentase 33,7% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 57 orang dengan persentase 64,1% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 2,2% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 57 orang dengan persentase 64% menyatakan Setuju dengan pernyataan saya membeli produk Preppstudio karena mudah untuk di dapatkan melalui online.

e. Post Purchase Behavior

Tabel 4.45

Saya merasa puas setelah melakukan pembelian produk Preppstudio

N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	33,8%
2	Setuju	57	64%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.45 diketahui bahwa sebanyak 30 orang dengan persentase 33,8% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 57 orang dengan persentase 64% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan

responden tidak sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 57 orang dengan persentase 64% menyatakan Setuju dengan pernyataan saya merasa puas setelah melakukan pembelian produk Preppstudio.

Tabel 4.46
Saya akan melakukan pembelian ulang produk
Preppstudio
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	31	34,9%
2	Setuju	57	64%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.46 diketahui bahwa sebanyak 31 orang dengan persentase 34,9% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 57 orang dengan persentase 64% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 57 orang dengan persentase 64% menyatakan Setuju dengan pernyataan saya akan melakukan pembelian ulang produk Preppstudio.

Tabel 4.47
Saya akan memberikan review yang baik untuk
produk Preppstudio
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	34	38,2%
2	Setuju	53	59,6%
3	Tidak Setuju	2	2,2%
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.47 diketahui bahwa sebanyak 34 orang dengan persentase 38,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 53 orang dengan persentase 59,6% menyatakan setuju, 2 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 2.2% dan responden tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 53 orang dengan persentase 59.36 menyatakan Setuju dengan pernyataan saya akan memberikan review yang baik untuk produk Preppstudio.

Tabel 4.48
Saya akan merekomendasikan produk
Preppstudio kepada teman, keluarga, dan rekan
kerja
N = 89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	34	38,2%
2	Setuju	53	59,6%
3	Tidak Setuju	1	1,1%
4	Sangat Tidak	1	1,1%

	Setuju		
	Jumlah	89	100%

Sumber: Hasil penelitian pada bulan Januari 2023

Berdasarkan tabel 4.48 diketahui bahwa sebanyak 34 orang dengan persentase 38,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 53 orang dengan persentase 59,6% menyatakan setuju, 1 orang menyatakan tidak setuju dengan persentase 1.1% dan 1 orang dengan persentasi 1,1% menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 53 orang dengan persentase 59,6% menyatakan Setuju dengan pernyataan saya akan merekomendasikan produk Preppstudio kepada teman, keluarga, dan rekan kerja.

2. Rekapitulasi Hasil

Berikut adalah rekapitulasi indicator atau komponen pendukung variable X, yaitu pengaruh konten Instagram berdasarkan table berikut :

Tabel 4.49

Rekapitulasi Variabel X (Konten Instagram)

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Mean
1	X1	3,18
2	X2	3,25
3	X3	3,37
4	X4	3,28
5	X5	3,26
6	X6	3,31
7	X7	3,26
8	X8	3,26
9	X9	3,33
10	X10	3,40
11	X11	3,39

12	X12	3,26
13	X13	3,34
14	X14	3,30
15	X15	3,33
16	X16	3,37
17	X17	3,24
18	X18	3,39
19	X19	3,44
20	X20	3,38
21	X21	3,31
22	X22	3,31
23	X23	3,22
24	X24	3,33
25	X25	3,43
26	X26	3,40
Jumlah		86,35
Rata-rata		3,32

Secara keseluruhan responden menilai bahwa konten Instagram (X) yaitu cukup tinggi (setuju). Hal ini di tunjukan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada konten Instagram (X) sebesar

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil indicator atau komponen pendukung variable Y yaitu Keputusan Pembelian berdasarkan table berikut :

Tabel 4.50

Rekapitulasi Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Sumber : Hasil perhitungan SPSS

No	Pernyataan	Mean
1	Y1	3,27
2	Y2	3,49
3	Y3	3,31
4	Y4	3,35
5	Y5	3,33
6	Y6	3,33
7	Y7	3,24
8	Y8	3,38
9	Y9	3,37
10	Y10	3,31
11	Y11	3,27
12	Y12	3,40

13	Y13	3,25
14	Y14	3,29
15	Y15	3,36
16	Y16	3,31
17	Y17	3,30
18	Y18	3,34
19	Y19	3,36
20	Y20	3,35
Jumlah		66,62
Rata-rata		3,32

Secara keseluruhan responden menilai bahwa keputusan pembelian (Y) yaitu cukup tinggi (setuju). Hal ini di tunjukan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada Keputusan Pembelian(Y) sebesar 3,32.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh variabel independen (X) yaitu Konten Instagram terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Berikut adalah data hasil pengolahan SPSS 24 *for windows*:

Tabel 4.51

Model Summary

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 ^a	0.722	0.719	3.418
a. Predictors: (Constant), Konten Instagram				

Analisis regresi yang dilakukan pada bagian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut juga sebagai koefisien korelasi, maka dapat

dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel pengaruh Konten Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,850 yaitu diantara 0,80 – 1,00 artinya hubungan atau korelasi antara variable Konten Media Sosial berpengaruh tinggi atau kuat terhadap Keputusan Pembelian.

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,20 – 0,399 artinya rendah atau lemah
3. 0,40 – 0,599 artinya sedang atau cukup
4. 0,60 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 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 0,722. Angka tersebut diartikan bahwa Keputusan Pembelian yang disebabkan oleh pengaruh Konten Instagram adalah sebesar 85%, sementara sisanya 15% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Nilai R square menunjukkan angka 0,722 atau 72,2% artinya Konten Instagram berpengaruh sedang atau tinggi atau kuat terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 4.52

ANOVA

Sumber : Hasil perhitungan SPSS

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2642.826	1	2642.826	226.264	.000 ^b
	Residual	1016.185	87	11.680		
	Total	3659.011	88			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Konten Instagram

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 226,264 dengan nilai signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu $0,00 < 0,10$ maka dapat diartikan bahwa variable Konten Instagram berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

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 Konten Instagram @preppstudio Terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 4.53
Coefficients

Sumber : Hasil perhitungan SPSS

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.916	3.853		2.314	0.023
	Konten Instagram	0.668	0.044	0.850	15.042	0.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

r

Berdasarkan table diatas dapat dibuat persamaan regresi, sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 8,816 + 0,668$$

Keterangan :

Y: Keputusan Pembelian

X: Konten Instagram

a= nilai konstan dari Unstandardized Coefficients, dalam penelitian ini nilainya sebesar 8,916

b= nilai koefisien regresi dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,668

Berdasarkan model diatas, maka diperoleh jika X= 1 ,hal ini ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = 8,916 + 0,668 X$$

$$Y = 8,916 + 0,668 (1)$$

$$Y = 9,584$$

Artinya setiap peningkatan Variabel Independen (X) sebesar 1, akan meningkatkan Pengambilan Keputusan Pembelian sebesar 9.854.

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji adanya pengaruh atau tidaknya pada koefisien regresi terkait variabel X dan variabel Y. Uji hipotesis juga dilakukan untuk membuktikan hipotesis sementara yang sebelumnya dilakukan. Maka dengan demikian:

Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ H_0 diterima H_a ditolak (ada pengaruh).

Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ H_0 diterima H_a ditolak (tidak ada pengaruh).

$$n = 89$$

$$r = 0,850$$

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

$$\sqrt{(1 - r^2)}$$

$$t = 0,850 \sqrt{(89 - 2)}$$

$$\frac{\quad}{\sqrt{(1 - 0,850^2)}}$$

$$t = 0,850 \sqrt{(87)}$$

$$\frac{\quad}{\sqrt{(1 - 0,850^2)}}$$

$$t = 7,9282$$

$$\frac{\quad}{0,5267}$$

$$t = 15,052$$

Didapatkan hasil t hitung sebesar 15,052 dan t tabel 1,662 karena nilai t-hitung = 15,660 > t-tabel 1,662 dengan nilai signifikansi $\alpha = 0,10$. hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara Konten @preppstudio terhadap keputusan pembelian.

7. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu variabel *independent* (bebas) pengaruh Konten Instagram (X) terhadap variabel dependen (terikat) keputusan pembelian (Y). Keputusan Pembelian merupakan suatu alat yang digunakan oleh Preppstudio untuk dapat mempersuasi pelanggannya, sehingga dapat menumbuhkan keinginan membeli produk. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 800 orang yang telah direduksi dengan mengambil karakteristik populasi yang merupakan followers aktif akun Instagram @preppstudio, telah mengikuti OOTD Challenge dengan #prepareyourprepp #prepstyle 17 April 2022 – 24 April 2022, dan sudah pernah melakukan pembelian produk Preppstudio. sehingga populasinya menjadi berjumlah 800 orang. Sedangkan pada penelitian ini sampel atau

respondennya dihitung dengan menggunakan teknik rumus *Taro yamane* dengan signifikansi 10% dan memiliki hasil responden menjadi 89 orang.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti kepada 89 responden tersebut, maka bahwasanya dapat diketahui mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 69 orang atau 77,5%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 20 orang atau 22,5%. Kemudian untuk responden dalam penelitian ini mayoritas berusia 21-25 tahun dengan jumlah 54 orang atau 60,7%, usia 17-20 tahun dengan jumlah 5 orang atau 5,6%, usia 26-30 tahun berjumlah 25 orang atau 28,1%, dan dengan usia lebih dari 30 tahun berjumlah 5 orang atau 5,6%.

Dari hasil penelitian bahwasanya kebanyakan mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki yang berusia 21-25 tahun. Artinya penelitian pengaruh Konten Instagram @preppstudio terhadap keputusan pembelian di Instagram di dominasi oleh *followers* berjenis kelamin laki-laki berusia 21-25 tahun.

1. Konten Media Sosial Instagram @preppstudio pada followers

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur Konten Instagram (Variabel X) yang dilihat dari keseluruhan dimensi *Credible, Shareable, Useful or Fun, Interesting, Relevant, Different, On Brand* (Kingsnorth, 2016:232) dimensi dimensi tersebut diketahui responden merespon dengan positif dan cukup tinggi (setuju) dari keseluruhan pernyataan yang diajukan. Hal ini dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh Konten Instagram @preppstudio (X) sebesar 3,32.

Berdasarkan dari teori yang digunakan untuk mengukur variabel X yaitu Konten Media Sosial, pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X19 berada pada dimensi *Relevant* yang memiliki pernyataan “Konten Instagram @preppstudio dapat

dipercaya pengguna Instagram” yaitu sebanyak 3,44 karena terbukti dari akun Instagram @preppstudio konten konten yang disediakan di Instagram memenuhi bukti kepercayaan bagi pengguna Instagram.

Sedangkan untuk data terendah pada X1 berada pada dimensi *Credible* dengan pernyataan “Konten Instagram @preppstudio bersifat informatif” sebesar 3,18 , pernyataan tersebut rendah karena tidak semua para followers Instagram @preppstudio merasa Konten Instagram @preppstudio memberikan konten yang informatif.

Dimensi *Shareable* pernyataan X5 memiliki angka rekapitulasi sejumlah 3,26 dengan pernyataan “Konten Instagram @preppstudio mudah dimengerti untuk dibagikan kepada sesama pengguna Instagram”

Dimensi *Useful or Fun* pernyataan X9 memiliki angka rekapitulasi sejumlah 3,33 dengan pernyataan “Konten Instagram @preppstudio menyenangkan bagi pengguna Instagram”

Dimensi *Interesting* pernyataan X13 memiliki angka rekapitulasi 3,35 dengan pernyataan “Konten Instagram @preppstudio memiliki ide kreatif yang menarik”.

Dimensi *Relevant* pernyataan X17 memiliki angka rekapitulasi 3,24 dengan pernyataan “Konten Instagram @preppstudio mempunyai keterkaitan informasi produk untuk para pengguna Instagram”.

Dimensi *Different* pernyataan X20 memiliki angka rekapitulasi 3,38 dengan pernyataan “Konten Instaram @preppstudio memiliki tema yang bagus dan elegant”.

2. Keputusan Pembelian pada *followers* akun Instagram @preppstudio

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur Keputusan Pembelian (Y) yang dilihat dari keseluruhan dimensi Problem Recognition, *Information Search*, *Evaluation Alternative*, *Purchase*

Decision, Post Purchase Behaviour (Kotler dan Amstrong 2018:179-181).

Dimensi-dimensi tersebut diketahui mayoritas responden merespon dengan positif tergolong cukup tinggi (setuju) dari keseluruhan pernyataan yang diajukan. Hal ini dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian sebesar 3,32. Berdasarkan Teori yang digunakan untuk mengukur variable Y yaitu Keputusan Pembelian pernyataan yang memiliki data tertinggi pada dimensi *Problem Recognition* yaitu Y2 Yang memiliki pernyataan “Saya memilih produk Preppstudio karena desain yang *simple* dan *elegant*”.

Sedangkan nilai terendah pada Y7 dimensi *Information Search* dengan pernyataan “Saya mencari informasi terkait komposisi harga Preppstudio tentang produk melalui teman, keluarga, maupun rekan kerja” dengan nilai rata-rata sebanyak 3,24. Pernyataan tersebut rendah karena tidak semua para followers mencari informasi produk yang mereka butuhkan melalui teman, keluarga & rekan kerja.

Dimensi *Evaluation Alternative* pernyataan Y9 memiliki angka rekapitulasi 3,37 dengan pernyataan “saya menjadikan Preppstudio sebagai pilihan utama sebelum membeli”.

Dimensi *Purchase Decision* pernyataan Y13 memiliki angka rekapitulasi 3,25 dengan pernyataan “setelah melalui proses perbandingan dalam memilih, saya menemukan produk Preppstudio yang sesuai untuk kebutuhan saya”.

Dimensi *Post Purchase Behaviour* pernyataan Y17 memiliki angka rekapitulasi 3,30 dengan pernyataan “saya merasa puas setelah melakukan pembelian produk Preppstudio”

3. Pengaruh Konten Instagram @preppstudio Terhadap Keputusan Pembelian, Pada Followers Instagram @preppstudio

Untuk membuktikan adanya pengaruh konten media social instagram @preppstudio terhadap keputusan pembelian

maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t itu bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi. Kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai t hitung harus lebih besar dari nilai t tabel. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini di dapat bahwa nilai hitung t hitung $15,052 > t$ tabel $1,662$. Karena t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara konten Instagram @preppstudio terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan perhitungan, kuatnya pengaruh dilihat dari nilai R yang diperoleh nilai R disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R atau korelasi antara variabel pengaruh konten Instagram @preppstudio di Instagram terhadap keputusan pembelian sebesar $0,850$ yaitu diantara $0,80 - 1,00$ artinya hubungan atau korelasi antara variabel konten media sosial dan keputusan pembelian berpengaruh tinggi atau kuat. Diperoleh nilai R square menunjukkan angka $0,722$ yaitu diantara $0,60 - 0,799$ yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh variabel X. Dalam penelitian ini keputusan pembelian dipengaruhi oleh konten media sosial adalah sebesar $72,2\%$, sementara sisanya $27,8\%$ dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.