

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Raine Beauty

Raine Beauty adalah label *makeup* yang telah berdiri sejak tahun 2022 lalu. Sebelum merilis label *makeup* ini, Raisa Andriana meyakini bahwa *makeup* selalu mempunyai makna personal bagi setiap perempuan yang menggunakannya. Raine Beauty didirikan oleh Raisa Andriana dan sahabatnya Titania Fairuskha.



Gambar 4. 1

Logo Raine Beauty

(Sumber ; Instagram @officialrainebeauty)

Raisa dan Ruskha memiliki visi dan misi serta aspirasi yang sama untuk semakin yakin meluncurkan *beauty brand* bersama. Raisa Andriana bersama sahabatnya Ruskha, terlibat penuh secara aktif dalam setiap proses dan langkah yang diambil Raine Beauty. Raine Beauty sendiri diambil dari nama tengah sang anak.

Karenanya bisnis di industri kecantikan ini menjadi hal pertama yang begitu personal baginya. Menurut Raisa Andriana, *makeup* bukan hanya sekedar pilih-pilih warna, *mix and match* produk maupun sebuah kewajiban yang harus dilakukan oleh perempuan, tetapi *makeup* merupakan bentuk dari selebrasi dan ekspresi mencintai diri sendiri.



Gambar 4. 2
Produk Raine Beauty

(Sumber : Instagram @officialrainebeauty)

Raine *Beauty* mengusung konsep dengan tema *clean and conscious beauty*. Ia menjelaskan bahwa dengan memerhatikan lima poin utama dalam konsep Raine *Beauty*, yaitu halal, *no harmful materials, no paraben, cruelty free and vegan*. Bukan hanya *clean*, Raine *Beauty* juga mengusung konsep akan kesadaran dengan alam dan sekitarnya.

Dengan menggunakan *packaging* yang mencintai bumi dimana bahan dari kemasannya tersebut terbuat dari 50% bahan daur ulang plastik bekas pakai. Pada 28 Juli 2022 lalu, Raine *Beauty* secara resmi meluncurkan koleksi pertamanya berupa *Lip Balm* dan *Tinted Lip Oil* yang masing-masing terdiri dari lima warna berbeda.

2. *Personal Branding* Raisa Andriana

Raisa Andriana merupakan penyanyi berkebangsaan Indonesia yang lahir di Jakarta pada 6 Juni 1990. Anak kedua dari dua bersaudara tersebut memulai kariernya saat mendapat kesempatan bernyanyi dalam konser seorang komposer terkenal David Foster di Jakarta. Di tahun 2008, Raisa Andriana di rekrut oleh Kevin Aprilio untuk menjadi vokalis *band* Andante miliknya. Namun ketika hendak rekaman, pihak rekaman menginginkan konsep berbeda sehingga membuat Raisa memutuskan untuk keluar dari *band* Andante tersebut.



Gambar 4. 3

Foto Raisa Andriana di atas panggung

(Sumber : Instagram @raisa6690)

Lepas dari *band* Andante, Raisa Andriana menjadi penyanyi di beberapa kafe. Bakat bernyanyi yang dimilikinya, mengantarkan Raisa pada peluang-peluang besar yang ditemuinya hingga pada tahun 2010 lalu, Raisa Andriana resmi merilis *single* perdananya yang berjudul “Serba Salah”. Tidak berhenti sampai disitu, Raisa Andriana semakin banyak menerima beberapa tawaran untuk tampil di acara musik salah satunya pada Festival *Java Jazz* di tahun 2011. Kemudian pada tahun yang sama, Raisa Andriana merilis album perdananya yang bertajuk “Raisa”. Pada tahun berikutnya, Raisa Andriana mendapat beberapa penghargaan diantaranya sebagai penyanyi pendatang baru terbaik di ajang Anugrah Musik Indonesia dan mendapat penghargaan sebagai *Best Vocal Female In a Song (New Female Artist)* pada ajang Anugrah

Planet Muzik di Singapura. Pada tahun 2013, karir Raisa Andriana semakin meroket. Ia kembali merilis album keduanya yang bertajuk “*Heart to Heart*” yang berisikan 9 lagu di dalamnya.

Di tahun 2016, Raisa Andriana kembali merilis album ketiganya yang bertajuk “*Handmade*” serta merilis album kompilasi yang bertajuk “*The Best of Raisa*”. Setahun kemudian pada tahun 2017, Raisa Andriana menikah dengan Hamish Daud Wyllie dan dikarunia seorang anak perempuan bernama Zalina Raine Wyllie. Raisa menjadi penyanyi wanita pertama yang pernah menggelar konser bertajuk “*Raisa: Live in Concert*” di Stadion Utama Gelora Bung Karno Jakarta. Hingga pada tahun 2021, Raisa Andriana dipercaya *Walt Disney Pictures* untuk menyanyikan *soundtrack* film Cinderella yang berjudul *A Dream Is a Wish Your Heart Makes* dalam versi Indonesia.

Kualitas vokal yang dimiliki Raisa Andriana memang tidak perlu diragukan lagi, pasalnya ia terbukti mendapat banyak penghargaan atas prestasinya di industri musik tanah air. Hingga pada tahun 2022 lalu, Raisa Andriana bersama sahabatnya, Titania Fairuskha, resmi merilis *label makeup* bernama *Raine Beauty*. Bukan tanpa alasan, nama *Raine Beauty* tersebut diambil dari nama tengah sang puteri. Kini, selain menjadi seorang penyanyi Raisa Andriana juga kerap tampil sebagai model iklan di televisi.

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 134 responden yang sesuai dengan kriteria dalam penelitian ini. Untuk mengetahui hasil responden, maka perlu membaginya menjadi beberapa identitas responden sebagai berikut :

a. Usia

Tabel 4. 1
Usia Responden

N = 134

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17-25 Tahun	89	66,4%
26-34 Tahun	42	31,3%
35-45 Tahun	3	2,3%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat diketahui dari 134 responden dalam penelitian ini, sebanyak 89 orang berusia 17-25 tahun dengan persentase 66,4%, responden dengan rentang usia 26-34 tahun sebanyak 42 orang dengan persentase 31,3%, dan responden dengan rentang usia 35-45 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 2,3%. Dari data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan rentang usia 17-25 tahun sejumlah 66,4%.

b. Pekerjaan Responden

Tabel 4. 2

Pekerjaan Responden

N = 134

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pegawai Swasta	51	38,1%
Pegawai Negeri	9	6,7%
Pelajar/Mahasiswa	38	28,4%
Wiraswasta	11	8,2%
Ibu Rumah Tangga	6	4,5%
Lainnya	19	14,2%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui dari 134 responden, responden dengan status Pegawai Swasta sebanyak 51 orang dengan persentase 38,1%, responden dengan status Pegawai Negeri sebanyak 9 orang dengan persentase 6,7%, responden dengan status Pelajar/Mahasiswa sebanyak 38 orang dengan persentase 28,4%, responden dengan status Wiraswasta sebanyak 11 orang dengan persentase 8,2%, responden dengan status Ibu Rumah Tangga sebanyak 6 orang dengan persentase 4,5%, dan sisanya sebanyak 19 orang dengan persentase 14,2% menjawab lainnya. Dari data yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh responden dengan status pekerjaan Pegawai Swasta sejumlah 51 orang dengan persentase 38,1%.

2. Pernyataan Variabel X (*Personal Branding*)

Variabel (X) ini menggunakan 3 (tiga) dimensi, yaitu :

Roles, Standards, Style yang disusun sebanyak 10 (sepuluh) item pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut :

a. *Roles (Kompetensi dan Kualitas)*

Tabel 4. 3

Sebagai penyanyi Raisa Andriana cukup bertalenta

N = 134

Pernyataan 1	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	85	63,4%
Setuju	45	33,6%
Ragu-Ragu	1	0,7%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	3	2,2%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.3 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 85 orang menjawab sangat setuju dengan persentase

63,4%, 45 orang menjawab setuju dengan persentase 33,6%, 1 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 0,7%, 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2,3%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju jika sebagai penyanyi Raisa Andriana cukup bertalenta, yaitu sebanyak 85 orang dengan persentase 63,4%. Sedangkan pernyataan terendah sebanyak 3 orang atau 2,3% menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 4

Raisa Andriana memiliki pengalaman yang memadai dalam industri musik

N = 134

Pernyataan 2	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	82	61,2%
Setuju	50	37,3%
Ragu-Ragu	1	0,7%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	0,7%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.4 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 82 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 61,3%, 50 orang menjawab setuju dengan persentase 37,3%, 1 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 0,7%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju jika Raisa Andriana memiliki pengalaman yang memadai dalam industri musik, yaitu sebanyak 82 orang dengan persentase 61,3%.

Tabel 4. 5**Kualitas vokal Raisa Andriana cukup baik dalam bernyanyi****N = 134**

Pernyataan 3	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	82	61,2%
Setuju	51	38,1%
Ragu-Ragu	-	-
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	0,7%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.5 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 82 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 61,2%, 51 orang menjawab setuju dengan persentase 38,1%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju jika kualitas vokal Raisa Andriana cukup baik dalam bernyanyi, yaitu sebanyak 82 orang dengan persentase 61,2%.

Tabel 4. 6**Raisa Andriana memiliki beberapa album****dalam industri musik tanah air****N = 134**

Pernyataan 4	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	66	49,3%
Setuju	65	48,5%
Ragu-Ragu	2	1,5%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	0,7%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.6 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 66 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 49,3%, 65 orang menjawab setuju dengan persentase 48,5%, 2 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 1,5%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju jika Raisa Andriana memiliki beberapa album dalam industri musik tanah air.

b. Standards (Konsisten)

Tabel 4. 7

**Raisa Andriana mampu mempertahankan eksistensinya
di industri musik tanah air**

N = 134

Pernyataan 5	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	61	45,5%
Setuju	67	50%
Ragu-Ragu	5	3,7%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	0,7%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 61 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 45,5%, 67 orang menjawab setuju dengan persentase 50%, 5 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 3,7%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika Raisa Andriana mampu mempertahankan eksistensinya di industri musik tanah air, yaitu sebanyak 67 orang dengan persentase 50%.

Tabel 4. 8**Raisa Andriana memiliki banyak penghargaan atas prestasinya****N = 134**

Pernyataan 6	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	66	49,3%
Setuju	64	47,8%
Ragu-Ragu	3	2,2%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	0,7%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 66 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 49,3%, 64 orang menjawab setuju dengan persentase 47,8%, 3 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 2,2%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju jika Raisa Andriana memiliki banyak penghargaan atas prestasinya, yaitu sebanyak 66 orang dengan persentase 49,3%.

c. Style (Keunikan dan Kepribadian)

Tabel 4. 9**Ciri khas vokal dan *fashion* Raisa Andriana sangat memikat****N = 134**

Pernyataan 7	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	70	52,2%
Setuju	56	41,8%
Ragu-Ragu	6	4,5%
Tidak Setuju	1	0,7%
Sangat Tidak Setuju	1	0,7%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 70 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 52,2%, 56 orang menjawab setuju dengan persentase 41,8%, 6 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 4,5%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0,7%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju jika ciri khas vokal dan *fashion* Raisa Andriana sangat memikat, yaitu sebanyak 70 orang dengan persentase 52,2%.

Tabel 4. 10
Lagu dan musik melankolis berkaitan erat
dengan Raisa Andriana
N = 134

Pernyataan 8	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	52	38,8%
Setuju	72	53,7%
Ragu-Ragu	5	3,7%
Tidak Setuju	4	3%
Sangat Tidak Setuju	1	0,7%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 52 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38,8%, 72 orang menjawab setuju dengan persentase 53,7%, 5 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 3,7%, 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika lagu dan musik

melankolis berkaitan erat dengan Raisa Andriana, yaitu sebanyak 72 orang dengan persentase 53,7%.

Tabel 4. 11
Raisa Andriana sangat *passionate*
(penuh semangat) dalam berkarya
N = 134

Pernyataan 9	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	62	46,3%
Setuju	65	48,5%
Ragu-Ragu	5	3,7%
Tidak Setuju	1	0,7%
Sangat Tidak Setuju	1	0,7%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 62 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 46,3%, 65 orang menjawab setuju dengan persentase 48,5%, 5 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 3,7%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0,7%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika Raisa Andriana sangat *passionate* (penuh semangat) dalam berkarya, yaitu sebanyak 65 orang dengan persentase 48,5%.

Tabel 4. 12
Raisa Andriana sangat professional dalam bernyanyi
N = 134

Pernyataan 10	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	70	52,2%
Setuju	60	44,8%
Ragu-Ragu	3	2,2%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	1	0,7%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.12 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 70 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 52,2%, 60 orang menjawab setuju dengan persentase 44,8%, 3 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 2,2%, 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju jika Raisa Andriana sangat professional dalam bernyanyi, yaitu sebanyak 70 orang dengan persentase 52,2%.

3. Pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Variabel (Y) ini menggunakan 5 (lima) dimensi, yaitu :

Problem Recognition, Information Search, Evaluation of Alternatives, Purchase Decision, Post Purchase Behavior yang disusun sebanyak 22 (dua puluh dua) item pernyataan dengan hasil sebagai berikut :

a. *Problem Recognition* (Pengenalan Masalah/Kebutuhan)

Tabel 4. 13

Responden memilih Raine Beauty karena responden tahu kebutuhan kosmetik yang responden perlukan

N = 134

Pernyataan 1	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	34	25,4%
Setuju	93	69,4%
Ragu-Ragu	7	5,2%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.13 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 34 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 25,4%, 93 orang menjawab setuju dengan persentase 69,4%, 7 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 5,2%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika memilih Raine Beauty karena tahu kebutuhan kosmetik yang diperlukan.

Tabel 4. 14

Responden memilih Raine Beauty karena membutuhkan produk kosmetik dengan harga yang terjangkau

N = 134

Pernyataan 2	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	36	26,9%
Setuju	87	64,9%
Ragu-Ragu	10	7,5%
Tidak Setuju	1	0,7%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.14 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 26,9%, 87 orang menjawab setuju dengan persentase 64,9%, 10 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 7,5%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika memilih Raine *Beauty* karena membutuhkan produk kosmetik dengan harga terjangkau.

b. Information Search (Pencarian Informasi)

Tabel 4. 15

**Responden mencari tahu informasi produk
Raine *Beauty* melalui akun Instagram Raine *Beauty***

N = 134

Pernyataan 3	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	42	31,3%
Setuju	85	63,4%
Ragu-Ragu	7	5,2%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.15 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 42 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 31,3%, 85 orang menjawab setuju dengan persentase 63,4%, 7 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 5,2%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju jika mencari tahu

informasi produk Raine *Beauty* melalui akun Instagram Raine *Beauty*.

Tabel 4. 16
Responden mengetahui Raine *Beauty* milik Raisa Andriana
N = 134

Pernyataan 4	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	49	36,6%
Setuju	79	59%
Ragu-Ragu	6	4,5%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.16 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 49 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36,6%, 79 orang menjawab setuju dengan persentase 59%, 6 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 4,5%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju mengetahui Raine *Beauty* milik Raisa Andriana.

Tabel 4. 17
Responden membutuhkan produk kosmetik yang
nyaman digunakan untuk sehari-hari
N = 134

Pernyataan 5	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	57	42,5%
Setuju	72	53,7%
Ragu-Ragu	4	3%
Tidak Setuju	1	0,7%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.17 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 57 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 42,5%, 72 orang menjawab setuju dengan persentase 53,7%, 4 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 3%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju membutuhkan produk kosmetik yang nyaman digunakan untuk sehari-hari.

Tabel 4. 18

**Responden melihat ulasan positif produk Raine Beauty
dari media sosial dan orang terdekat**

N = 134

Pernyataan 6	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	44	32,8%
Setuju	86	64,2%
Ragu-Ragu	3	2,2%
Tidak Setuju	1	0,7%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.18 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 44 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,8%, 86 orang menjawab setuju dengan persentase 64,2%, 3 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 2,2%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju melihat ulasan positif produk *Raine Beauty* dari media sosial dan orang terdekat.

c. *Evaluation of Alternatives (Evaluasi Alternatif)*

Tabel 4. 19

**Ketika akan melakukan pembelian produk *Raine Beauty*,
responden akan mengevaluasi apa saja yang
responden butuhkan**

N = 134

Pernyataan 7	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	51	38,1%
Setuju	79	59%
Ragu-Ragu	4	3%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.19 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 51 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38,1%, 79 orang menjawab setuju dengan persentase 59%, 4 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 3%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju akan mengevaluasi apa saja yang dibutuhkan ketika akan melakukan pembelian produk *Raine Beauty*.

Tabel 4. 20
Sebelum melakukan pembelian, responden akan
mempbandingkan Raine *Beauty* dengan produk kosmetik
lokal lainnya
N = 134

Pernyataan 8	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	43	32,1%
Setuju	81	60,4%
Ragu-Ragu	8	6%
Tidak Setuju	2	1,5%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.20 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 43 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,1%, 81 orang menjawab setuju dengan persentase 60,4%, 8 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 6%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,5%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju akan membandingkan Raine *Beauty* dengan produk kosmetik lokal lainnya sebelum melakukan pembelian.

Tabel 4. 21
Produk Raine *Beauty* cocok digunakan sebagai
kosmetik harian responden
N = 134

Pernyataan 9	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	32	23,9%
Setuju	86	64,2%
Ragu-Ragu	16	11,9%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.21 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 23,9%, 86 orang menjawab setuju dengan persentase 64,2%, 16 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 11,9%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju produk *Raine Beauty* cocok digunakan sebagai kosmetik harian mereka.

Tabel 4. 22
Responden merasa produk-produk *Raine Beauty*
sangat mudah ditemukan

N = 134

Pernyataan 10	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	31	23,1%
Setuju	79	59%
Ragu-Ragu	21	15,7%
Tidak Setuju	3	2,2%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.22 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 23,1%, 79 orang menjawab setuju dengan persentase 59%, 21 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 15,7%, 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,2%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju merasa produk-produk *Raine Beauty* sangat mudah ditemukan.

d. *Purchase Decision* (Keputusan Pembelian)

Tabel 4. 23

Setelah mengevaluasi, responden tertarik membeli produk *Raine Beauty* sesuai kebutuhan responden

N = 134

Pernyataan 11	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	37	27,6%
Setuju	88	65,7%
Ragu-Ragu	8	6%
Tidak Setuju	1	0,7%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.23 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 27,6%, 88 orang menjawab setuju dengan persentase 65,7%, 8 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 6%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju setelah mengevaluasi tertarik membeli produk *Raine Beauty* sesuai kebutuhan.

Tabel 4. 24

Responden tertarik dengan kualitas produk *Raine Beauty*

N = 134

Pernyataan 12	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	37	27,6%
Setuju	88	65,7%
Ragu-Ragu	5	3,7%
Tidak Setuju	4	3%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.24 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 27,6%, 88 orang menjawab setuju dengan persentase 65,7%, 5 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 3,7%, 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju tertarik dengan kualitas produk *Raine Beauty*.

Tabel 4. 25

**Responden tertarik melakukan pembelian produk
Raine Beauty karena dapat dengan mudah dibeli secara *online*
N = 134**

Pernyataan 13	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	43	32,1%
Setuju	84	62,7%
Ragu-Ragu	7	5,2%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.25 di atas dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 43 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,1%, 84 orang menjawab setuju dengan persentase 62,7%, 7 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 5,2%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju karena tertarik melakukan pembelian produk *Raine Beauty* karena dapat dengan mudah dibeli secara *online*.

Tabel 4. 26
Responden akan melakukan pembelian produk
Raine Beauty di Official Store Raine Beauty
N = 134

Pernyataan 14	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	37	27,6%
Setuju	87	64,9%
Ragu-Ragu	10	7,5%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.26 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 27,6%, 87 orang menjawab setuju dengan persentase 64,9%, 10 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 7,5%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju akan melakukan pembelian produk Raine Beauty di Official Store Raine Beauty.

Tabel 4. 27
Raine Beauty dapat memenuhi kebutuhan
kosmetik responden
N = 134

Pernyataan 15	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	32	23,9%
Setuju	89	66,4%
Ragu-Ragu	13	9,7%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.27 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 23,9%, 89 orang menjawab setuju dengan persentase 66,4%, 13 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 9,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju Raine *Beauty* dapat memenuhi kebutuhan kosmetik mereka.

Tabel 4. 28
Produk Raine *Beauty* sangat nyaman digunakan
untuk sehari-hari
N = 134

Pernyataan 16	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	34	25,4%
Setuju	87	64,9%
Ragu-Ragu	13	9,7%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.28 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 34 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 25,4%, 87 orang menjawab setuju dengan persentase 64,9%, 13 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 9,7%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju produk Raine *Beauty* sangat nyaman digunakan untuk sehari-hari.

e. *Post Purchase Behavior* (Perilaku Pasca Pembelian)

Tabel 4. 29

Responden merasa puas setelah melakukan pembelian produk Raine Beauty

N = 134

Pernyataan 17	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	30	22,4%
Setuju	94	70,1%
Ragu-Ragu	9	6,7%
Tidak Setuju	1	0,7%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.29 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 22,4%, 94 orang menjawab setuju dengan persentase 70,1%, 9 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 6,7%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju merasa puas setelah melakukan pembelian produk Raine Beauty.

Tabel 4. 30

Responden merasa puas dengan kualitas produk produk Raine Beauty

N = 134

Pernyataan 18	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	29	21,6%
Setuju	98	73,1%
Ragu-Ragu	7	5,2%
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.30 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 21,6%, 98 orang menjawab setuju dengan persentase 73,1%, 7 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 5,2%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju merasa puas dengan kualitas produk Raine *Beauty*.

Tabel 4. 31
Responden akan melakukan pembelian
produk Raine *Beauty* lagi
N = 134

Pernyataan 19	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	27	20,1%
Setuju	89	66,4%
Ragu-Ragu	17	12,7%
Tidak Setuju	1	0,7%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.31 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 20,1%, 89 orang menjawab setuju dengan persentase 66,4%, 17 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 12,7%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju akan melakukan pembelian produk Raine *Beauty* lagi.

Tabel 4. 32
Responden belum menentukan merek lain
untuk beralih dari Raine Beauty
N = 134

Pernyataan 20	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	25	18,7%
Setuju	68	50,7%
Ragu-Ragu	29	21,6%
Tidak Setuju	10	7,5%
Sangat Tidak Setuju	2	1,5%
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.32 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 25 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 18,7%, 68 orang menjawab setuju dengan persentase 50,7%, 29 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 21,6%, 10 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 7,5%, 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,5%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju belum menentukan merek lain untuk beralih dari Raine Beauty.

Tabel 4. 33
Responden akan merekomendasikan
Raine Beauty kepada orang terdekat
N = 134

Pernyataan 21	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	36	26,9%
Setuju	82	61,2%
Ragu-Ragu	14	10,4%
Tidak Setuju	2	1,5%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.33 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 26,9%, 82 orang menjawab setuju dengan persentase 61,2%, 14 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 10,4%, 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,5%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju untuk merekomendasikan *Raine Beauty* kepada orang terdekat.

Tabel 4. 34
Responden akan memberi ulasan
mengenai produk *Raine Beauty*
N = 134

Pernyataan 22	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Setuju	39	29,1%
Setuju	89	66,4%
Ragu-Ragu	5	3,7%
Tidak Setuju	1	0,7%
Sangat Tidak Setuju	-	-
Jumlah	134	100%

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Berdasarkan data tabel 4.34 di atas, dari seluruh responden sebanyak 134 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 39 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 29,1%, 89 orang menjawab setuju dengan persentase 66,4%, 5 orang menjawab ragu-ragu dengan persentase 3,7%, 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 0,7%.

Hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa responden setuju akan memberikan ulasan mengenai produk *Raine Beauty*.

4. Rekapitulasi Variabel X dan Y

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X yakni Pengaruh *Personal Branding* Raisa Andriana berdasarkan tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 35
Rekapitulasi Variabel X

No.	Pernyataan	Mean
1.	X1	4,56
2.	X2	4,58
3.	X3	4,59
4.	X4	4,46
5.	X5	4,40
6.	X6	4,45
7.	X7	4,44
8.	X8	4,27
9.	X9	4,39
10.	X10	4,48
Jumlah		44,6
Rata-rata		4,46

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Dari hasil rekapitulasi di atas, dapat disimpulkan secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel X (*Personal Branding* Raisa Andriana) tergolong tinggi (Setuju). Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan dari jawaban responden pada variabel X (*Personal Branding*) sebesar 4,46.

Berikut ini adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel Y yakni Keputusan Pembelian Produk berdasarkan tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 36
Rekapitulasi Variabel Y

No.	Pernyataan	Mean
1.	Y1	4,20
2.	Y2	4,18
3.	Y3	4,26
4.	Y4	4,32
5.	Y5	4,38
6.	Y6	4,29
7.	Y7	4,35
8.	Y8	4,23
9.	Y9	4,12
10.	Y10	4,03
11.	Y11	4,20
12.	Y12	4,18
13.	Y13	4,27
14.	Y14	4,20
15.	Y15	4,14
16.	Y16	4,16
17.	Y17	4,14
18.	Y18	4,16
19.	Y19	4,06
20.	Y20	3,78
21.	Y21	4,13
22.	Y22	4,24
Jumlah		92,02
Rata-rata		4,18

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juni 2023

Dari hasil rekapitulasi di atas, dapat disimpulkan secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel Y (Keputusan

Pembelian) tergolong tinggi (Setuju). Hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan dari jawaban responden pada variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 4,18.

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi ini dilakukan untuk bisa memperoleh gambaran pengaruh antara variabel *independent* (X) yaitu *Personal Branding* Raisa Andriana terhadap variabel *dependent* (Y) yaitu Keputusan Pembelian Produk. Berikut ini adalah data hasil dari pengolahan SPSS (*Statistic Package for Social Science*) 22.0 for windows :

Tabel 4. 37
Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.607	.604	6.865

a. Predictors: (Constant), Personal Branding

Sumber : Hasil SPSS Versi 22

Analisis regresi yang dilakukan pada bagian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal satu variabel *independent* (X) dengan satu variabel *dependent* (Y). R dapat disebut juga sebagai koefisien korelasi, dengan demikian dapat dijelaskan nilai R atau koefisien korelasi antara variabel *Personal Branding* terhadap Keputusan Pembelian sebesar **0,779** artinya hubungan atau korelasi antara variabel *Personal Branding* berpengaruh kuat dengan Keputusan Pembelian, hal tersebut dapat dilihat dari pedoman menurut Sugiyono (2017:147) pada ketentuan yang tertera berikut :

1. 0,00 – 0,100 artinya sangat rendah.
2. 0,20 – 0,399 artinya rendah
3. 0,40 – 0,599 artinya sedang/cukup

4. 0,60 – 0,799 artinya kuat
5. 0,80 – 1,000 artinya sangat kuat

Sedangkan R *square* disebut sebagai koefisien determinasi, dapat dijelaskan bahwa nilai R *square* menunjukkan angka 0,607. Angka tersebut dapat diartikan bahwa Keputusan Pembelian yang disebabkan oleh Pengaruh *Personal Branding* adalah sebesar 60,7%, sementara sisanya 39,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar dari penelitian ini. Nilai R *square* menunjukkan angka 0,607 atau 60,7% artinya berpengaruh **kuat** terhadap Keputusan Pembelian.

Berikut ini adalah tabel ANOVA yang akan menunjukkan pengaruh antara variabel X dan variabel Y, sebagai berikut :

Tabel 4. 38

Tabel ANOVA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9607.862	1	9607.862	203.868	.000 ^b
	Residual	6220.892	132	47.128		
	Total	15828.754	133			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Personal Branding

Sumber : Hasil SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel 4.38 di atas, diperoleh nilai dari uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 203,868 dengan nilai signifikansi 0,000 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu $0,000 < 0,10$ maka dapat diartikan bahwa variabel *Personal Branding* Raisa Andriana berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus $<0,10$, karena angka probabilitas (sig) $0,000 < 0,10$ maka

model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh *Personal Branding* Raisa Andriana terhadap Keputusan Pembelian Produk *Raine Beauty*.

Untuk mengetahui persamaan regresi yang bersifat signifikan dan garis regresi berbentuk linear, maka digunakan rumus regresi linear $Y = a + bX$, yaitu sebagaimana dapat dilihat pada tabel analisis di bawah ini :

Tabel 4. 39
Coefficients

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.177	5.175		5.445	.000
	Personal Branding	1.595	.112	.779	14.278	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel 4.39 di atas, maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

Rumus Regresi Linear

$$Y = a + bX$$

$$Y = 28,177 + 1,595X$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

X = *Personal Branding*

a = nilai konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 28,177.

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 1,595.

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai $X = 0$ maka $Y = 28,177$

dan jika $X = 1$ maka $Y = 29,772$. Artinya setiap peningkatan Personal Branding Raisa Andriana sebesar 1, akan meningkatkan Pengambilan Keputusan Pembelian produk sebesar 29,772.

6. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait *Personal Branding* (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) untuk pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah sampel

Maka dengan demikian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_1 diterima (memiliki pengaruh)

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

Diketahui :

$$n = 134$$

$$r = 0,779$$

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

$$t = \frac{0,779\sqrt{(134-2)}}{\sqrt{(1-0,779^2)}}$$

$$t = \frac{0,779\sqrt{(132)}}{\sqrt{(1-0,606841)}}$$

$$t = \frac{0,779 \times 11,50}{\sqrt{0,393159}}$$

$$t = \frac{8,9585}{0,62702392}$$

$$t = 14,287$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai t_{hitung} yaitu 14,287 sedangkan untuk nilai t_{tabel} dengan taraf kepercayaan 90% atau signifikansi 10% ($\alpha = 0,10$ atau 0,1) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n . Dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 134, maka derajat bebasnya (df) $n - k = 134 - 2 = 132$. Dengan derajat kebebasan sebesar 132 dan signifikansinya 10% adalah 1,65648 dibulatkan menjadi 1,656. Karena nilai t_{hitung} (14,287) > t_{tabel} (1,656), maka H_0 ditolak H_1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara *Personal Branding* Raisa Andriana Terhadap Keputusan Pembelian.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini membahas dua variabel, yaitu *Personal Branding* (X) dan Keputusan Pembelian (Y). Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dilakukan kepada 134 orang responden yang merupakan *followers* Instagram @officialrainebeauty, berjenis kelamin perempuan, telah memberikan *like* pada unggahan di akun Instagram @officialrainebeauty periode 26 Februari 2023, dan telah melakukan pembelian produk Raine Beauty. Berdasarkan dari hasil penelitian dan analisis data, maka dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuesioner berusia 17-25 tahun sebanyak 89 responden diikuti oleh responden berusia 26-34 tahun sebanyak 42 responden (tabel 4.1), dan 51 responden diantaranya merupakan Pegawai Swasta diikuti oleh Pelajar/Mahasiswa sebanyak 38 responden (tabel 4.2).

1. *Personal Branding* Raisa Andriana

Berdasarkan dari teori yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur *Personal Branding* memiliki dimensi yaitu: *Roles* (Kompetensi dan Kualitas), *Standards* (Konsisten), *Style* (Keunikan dan Kepribadian) (McNally & Speak, 2011:32). Dari dimensi-dimensi tersebut diketahui mayoritas responden yang merespon dengan positif dari keseluruhan pernyataan yang diajukan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata (*mean*) jawaban responden pada variabel X, yaitu *Personal Branding* sebesar 4,46 (tabel 4.35).

Dari semua dimensi *Roles* (Kompetensi dan Kualitas) pada variabel X diketahui pada pernyataan “Kualitas vokal Raisa Andriana cukup baik dalam bernyanyi (X3)” memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4,59, dibandingkan dengan dimensi *Style* (Keunikan dan Kepribadian) pada pernyataan “Lagu dan musik melankolis berkaitan erat dengan Raisa Andriana (X8)” memiliki nilai rata-rata terendah yaitu sebesar 4,27. Dari hasil tersebut dapat dibuktikan bahwa Raisa Andriana mampu mempertahankan eksistensinya dalam industri musik di tanah air dengan mempertahankan kualitas vokalnya yang cukup baik dalam bernyanyi.

Kualitas vokal Raisa Andriana dalam bernyanyi sudah banyak diakui oleh para penikmat musik di tanah air. Kualitas vokal tersebut mempertahankan eksistensinya dalam industri musik di Indonesia. Tidak hanya itu, karya-karya dan prestasi yang telah banyak di raih oleh Raisa Andriana menjadi daya tariknya dalam suatu bidang usaha yang kini ia jalani. *Personal branding* yang dilakukan oleh Raisa Andriana mampu menjadi salah satu cara untuk memasarkan produk dari *brand Raine Beauty* secara tidak langsung.

2. Keputusan Pembelian Pada *Followers* Instagram @officialrainebeauty

Sementara itu, dari hasil penelitian Keputusan Pembelian produk Raine Beauty, diketahui bahwa mayoritas responden merespon positif dengan didapatkannya rata-rata jawaban responden sebesar 4,18 (tabel 4.36), hal ini sejalan dengan indikator dimensi Keputusan Pembelian yang meliputi *Problem Recognition* (Pengenalalan Masalah), *Information Search* (Pencarian Informasi), *Evaluation of Alternatives* (Penilaian Alternatif), *Purchase Decision* (Keputusan Pembelian), *Post Purchase Behavior* (Perilaku Pasca Pembelian) (Kotler & Keller 2019:214).

Dari dimensi-dimensi Keputusan Pembelian tersebut diketahui bahwa hasil tertinggi diperoleh pada dimensi Pencarian Informasi yaitu pada pernyataan “Saya membutuhkan produk kosmetik yang nyaman digunakan untuk sehari-hari (Y5)” dengan jumlah rata-rata sebesar 4,38. Sedangkan dimensi Perilaku Pasca Pembelian pada pernyataan “Saya belum menentukan merek lain untuk beralih dari Raine Beauty (Y20)” dan disusul dimensi Penilaian Alternatif pada pernyataan “Saya merasa produk Raine Beauty sangat mudah ditemukan (Y10)” memiliki rata-rata terendah yakni sebesar 3,78 dan 4,03.

3. Pengaruh *Personal Branding* Raisa Andriana Terhadap Keputusan Pembelian *Followers* Instagram @officialrainebeauty

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 22 *for windows*, didapat hasil uji korelasi untuk mengetahui hubungan atau korelasi antara variabel X yaitu *Personal Branding* Raisa Andriana dan variabel Y yaitu Keputusan Pembelian Produk Raine Beauty sebesar 0,779. Hal ini berarti *Personal Branding* Raisa Andriana berpengaruh kuat terhadap Keputusan Pembelian Produk

Raine *Beauty*. Sementara itu, dari perhitungan *R square* atau koefisien determinasi sebesar 0,607 yang artinya variabel X yaitu *Personal Branding* Raisa Andriana mempengaruhi variabel Y yaitu Keputusan Pembelian Produk Raine *Beauty* sebesar 60,7% dan sisanya sebesar 39,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari penelitian ini.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada *brand* Raine *Beauty* diantaranya seperti kualitas produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, harga produk, kemudahan dalam mendapatkan produk tersebut (bagian dari *marketing mix* pada dimensi *place*), hingga loyalitas konsumen terhadap suatu *brand* yang memungkinkan konsumen tetap setia menggunakan produk tersebut meskipun terdapat banyak *brand-brand* lain yang mengeluarkan produk yang serupa. Hasil dari uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} = 14,287$ dengan $df = 134 - 2 = 132$ dan $t_{tabel} = 1,656$. Karena $t_{hitung} (14,287) > t_{tabel} (1,656)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *Personal Branding* Raisa Andriana terhadap Keputusan Pembelian produk Raine *Beauty*.

Dilihat dari penelitian terdahulu berjudul “Pengaruh *Personal Branding* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian” yang pernah dilakukan oleh Indah & Rachman (2020) dalam Jurnal Buana Komunikasi dengan teori dan dimensi yang sama dari McNally & Speak (2011), kuatnya *personal branding* sebagai sesuatu yang penting dalam menunjang keputusan pembelian pada suatu *brand* dibuktikan dengan hasil penelitian mereka dengan nilai *R Square* yang cukup tinggi yaitu 51,3% sejalan dengan penelitian ini yang juga menghasilkan nilai *R Square* sebesar 60,7%. Hal ini menjelaskan bahwa hampir separuh dari keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh *personal branding* baik yang dilakukan oleh pemilik *brand*, *influencer* hingga *brand ambassador*.