

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Aqua

Aqua adalah sebuah merek air minum dalam kemasan (AMDK) yang diproduksi oleh PT Tirta Investama di Indonesia sejak tahun 1973. Selain di Indonesia, Aqua juga dijual di Malaysia, Singapura, dan Brunei. Aqua adalah merek AMDK dengan penjualan terbesar di Indonesia dan merupakan salah satu merek AMDK yang paling terkenal di Indonesia, sehingga telah menjadi seperti merek generik untuk AMDK. Sejak tahun 1998, Aqua sudah dimiliki oleh perusahaan multinasional dalam bidang makanan dan minuman asal Perancis, Grup Danone, hasil penggabungan PT Tirta Investama dengan Danone. PT Golden Missisipi alias Aqua Group didirikan oleh Tirta Utomo (1930-1994), warga asli asal Wonosobo yang setelah keluar bekerja dari Pertamina, dan bekerja di Petronas, mendirikan usaha air minum dalam kemasan (AMDK). Tirta berjasa besar atas perkembangan bisnis atau usaha AMDK di Indonesia, karena sebagai seorang pionir maka Almarhum berhasil menanamkan nilai-nilai dan cara pandang bisnis AMDK di Indonesia. Aqua untuk saat ini merupakan market leader dalam medan persaingan berbagai produk air mineral di Indonesia. Posisinya yang kuat disebabkan oleh faktor Aqua sebagai produksi air mineral yang pertama kali hadir di Indonesia serta strategi promosi dan pemasaran yang gencar.

Metode promosi yang digunakan adalah terutama melalui iklan di media elektronik, media cetak, dan juga media sosial. Aqua mensponsori banyak berbagai acara seperti podcast, wawancara selebriti, talkshow, dan masih banyak lagi. Tidak hanya itu, Aqua juga sempat melakukan instalasi iklan billboard secara luas. Dalam pemasarannya, grup distribusi Aqua memiliki jaringan distribusi air mineral yang terluas di Indonesia, yang mana menembus sampai hampir ke setiap sudut kepulauan. Jumlah titik stok (gudang) semakin diperbanyak secara

agresif pada tahun 2005, sehingga mampu menyediakan penetrasi pasar yang lebih luas melalui rantai suplai dan pengantaran. Gudang stok ditempatkan pada area-area yang memiliki outlet retail yang banyak, termasuk pasar tradisional, sehingga setiap stok gudang dapat melayani masing-masing area geografis dalam waktu yang cukup singkat. Adapun komitmen perusahaan adalah untuk mengutamakan kepuasan para konsumen dan memberikan pelayanan terbaik yang didukung para teknisi dan peralatan yang mumpuni.



Gambar 4. 1 Instagram @sehataqua

Aqua cukup aktif dalam membuat konten di sosial mediana yaitu Instagram, unggahan konten tersebut antara lain sebagai sarana informasi serta berkomunikasi dengan *followers* nya. Dapat dilihat dari berbagai postingan yang diunggah oleh instagram @sehataqua banyak interaksi yang diberikan oleh *followers* nya berupa chat atau komentar yang sangat antusias pada setiap konten instagram nya. Desain kemasan Aqua memiliki warna ciri khas biru dan putih yang dikenali oleh banyak orang di Indonesia. Kemasan Aqua tersedia dalam berbagai ukuran,

mulai dari botol kecil yang mudah dibawa hingga galon besar untuk kebutuhan rumah tangga. Botol-botol Aqua seringkali memiliki tutup segel untuk memastikan bahwa air dalam botol tetap segar dan terjaga kebersihannya. Selama bertahun-tahun, Aqua tidak hanya menjadi air minum biasa, tetapi juga menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Mereka memiliki kampanye iklan yang mencerminkan nilai-nilai budaya, kesehatan, dan hidrasi yang penting. Selain itu, Aqua juga memiliki program-program sosial, seperti edukasi tentang pentingnya hidrasi yang tepat dan akses ke air bersih bagi masyarakat yang membutuhkan.

Aqua juga berkomitmen untuk mengurangi dampak lingkungan dengan berbagai langkah, seperti program daur ulang dan pengurangan penggunaan sampah plastik. Hingga saat ini Aqua terus menjadi salah satu merek air minum dalam kemasan terbesar dan paling terkenal di Indonesia. Aqua ini tidak hanya memberikan air minum yang segar dan berkualitas, tetapi juga telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Penyebaran kuesioner di penelitian ini dilakukan dengan memberikan *Google Form* kepada 79 responden yang memenuhi karakteristik populasi. Yang mana penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pandangan responden sebagai *Followers* Instagram @sehataqua mengenai konten Instagram dari Aqua terhadap *Brand image*. Setelah penyebaran kuesioner selesai, hasil data dikumpulkan lalu diolah kedalam bentuk tabel yang berdasarkan dari identitas responden serta variabel-variabel yang diteliti, dan berikut adalah hasil penelitiannya.

1. Data Responden

a. Jenis kelamin

Tabel 4. 1 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki – Laki	28	35,4 %
Perempuan	51	64,6 %
Total	79	100.0

Sumber: Data output penelitian bulan Juli 2023

Data pada tabel demografi responden berdasarkan jenis kelamin di atas, dapat dilihat dari 79 responden ini ada 28 orang responden berjenis kelamin Laki-laki dengan presentase 35,4% dan ada 51 orang responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase 64,6%

b. Usia

Tabel 4. 2 Demografi Responden Berdasarkan Usia

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
9 - 19 Tahun	25	31,6 %
20 - 30 Tahun	38	48,1 %
30 > Tahun	16	20,3 %
Total	79	100.0

Sumber: Data output penelitian bulan Juli 2023

Data pada tabel demografi responden berdasarkan usia di atas, dapat diketahui sebanyak 79 orang responden atau secara keseluruhan responden berumur 20 – 30 tahun.

2. Pernyataan Variabel X (Pengaruh Konten Instagram @sehataqua terhadap *Brand image*)a. *Follow*

Tabel 4. 3 Konsumen Mengikuti Akun Instagram @sehataqua

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	5	6,3 %
2.	Tidak Setuju	11	13,9 %
3.	Setuju	31	39,2 %
4.	Sangat Setuju	32	40,5 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 5 (6,3%) orang sangat tidak setuju, 11 (13,9%) orang menyatakan tidak setuju, 31 (39,2%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 32 (40,5%) orang sangat setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 79.70% responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa username instagram yang unik menjadi daya tarik pada sebuah brand.

Tabel 4. 4 Konsumen Mengikuti Akun Instagram @sehataqua Karena Mempercayai Brand Tersebut

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3,8 %
2.	Tidak Setuju	22	27,8 %
3.	Setuju	33	41,8 %
4.	Sangat Setuju	21	26,6 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 3 (3,8 %) orang sangat tidak setuju, 22 (27,8 %) orang menyatakan tidak setuju, 33 (41,8 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 21 (26,6 %) orang sangat setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 68,40% responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa Mengikuti Akun Instagram @sehataqua Karena Mempercayai *Brand* Tersebut.

Tabel 4. 5 Konsumen Melihat Banyaknya Jumlah *Followers* Instagram @sehataqua Sehingga Dapat Dipercaya

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	11	13,9 %
2.	Tidak Setuju	19	24,1 %
3.	Setuju	34	43 %
4.	Sangat Setuju	15	19 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 11 (13,9 %) orang sangat tidak setuju, 19 (24,1 %) orang menyatakan tidak setuju, 34 (43 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 15 (19 %) orang sangat setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 62% responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa melihat banyaknya jumlah *followers* Instagram @sehataqua sehingga dapat dipercaya.

b. comment

Tabel 4. 6 Konsumen Memberikan Komentar Pada Postingan Instagram @sehataqua Untuk Melakukan Interaksi

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	4	5,1 %
2.	Tidak Setuju	15	19 %
3.	Setuju	41	51,9 %
4.	Sangat Setuju	19	24,1 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 4 (5,1 %) orang sangat tidak setuju, 15 (19 %) orang menyatakan tidak setuju, 41 (51,9 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 19 (24,1 %) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 76% responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa memberikan komentar pada postingan Instagram @sehataqua untuk melakukan interaksi.

Tabel 4. 7 Akun Instagram @Sehataqua Menanggapi Komentar Pada Postingan Yang Di Upload Tanggal 22 Juni 2023

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	4	5,1 %
2.	Tidak Setuju	29	36,7 %
3.	Setuju	34	43 %
4.	Sangat Setuju	12	15,2 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 4 (5,1 %) orang sangat tidak setuju, 29 (36,7 %) orang menyatakan tidak setuju, 34 (43 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 12 (15,2 %) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 58% responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa akun Instagram @sehataqua menanggapi komentar pada postingan yang di upload tanggal 22 Juni 2023.

Tabel 4. 8 Konten Pada Setiap Postingan Akun Instagram @Sehataqua Memiliki Banyak Komentar Positif, Sehingga Dapat Dipercaya

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	9	11,4 %
2.	Tidak Setuju	12	15,2 %
3.	Setuju	33	41,8 %

4.	Sangat Setuju	25	31,6 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 9 (11,4 %) orang sangat tidak setuju, 12 (15,2 %) orang menyatakan tidak setuju, 33 (41,8 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 25 (31,6 %) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 73,40% responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa konten pada setiap postingan akun Instagram @sehataqua memiliki banyak komentar positif, sehingga dapat dipercaya

c. Like

Tabel 4. 9 Konsumen Menyukai Konten Instagram @Sehataqua Yang Di Upload Pada 22 Juni 2023 Karena Konten Tersebut Menarik

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	6	7,6 %
2.	Tidak Setuju	27	34,2 %
3.	Setuju	34	43 %
4.	Sangat Setuju	12	15,2 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 9 (7,6 %) orang sangat tidak setuju, 27 (34,2 %) orang menyatakan tidak setuju, 34 (43 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 12 (15,2 %) orang sangat setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 58% responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa menyukai konten Instagram @sehataqua yang di upload pada 22 Juni 2023 karena konten tersebut menarik.

Tabel 4. 10 Konsumen Menyukai Konten Instagram @Sehataqua Karena Visual Dan Desain Yang Dikemas Secara Menarik

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	9	11,4 %
2.	Tidak Setuju	19	24,1 %
3.	Setuju	31	39,2 %
4.	Sangat Setuju	20	25,3 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 9 (11,4 %) orang sangat tidak setuju, 19 (24,1 %) orang menyatakan tidak setuju, 31 (39,2 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 20 (25,3 %) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 64,50 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa menyukai konten Instagram @sehataqua karena visual dan desain yang dikemas secara menarik.

Tabel 4. 11 Konsumen Menyukai Konten Instagram @Sehataqua Karena Dapat Memberikan Informasi Yang Jelas

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	11	13,9 %
2.	Tidak Setuju	12	15,2 %
3.	Setuju	25	31,6 %
4.	Sangat Setuju	31	39,2 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 11 (13,9 %) orang sangat tidak setuju, 12 (15,2 %) orang menyatakan tidak setuju, 25 (31,6 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 31 (39,2 %) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas

lebih dari 70,80 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa menyukai konten Instagram @sehataqua karena dapat memberikan informasi yang jelas.

d. *caption*

Tabel 4. 12 Caption Yang Dibuat Oleh Akun Instagram @Sehataqua Menjelaskan Deskripsi Dari Konten Tersebut

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	6	7,6 %
2.	Tidak Setuju	16	20,3 %
3.	Setuju	33	41,8 %
4.	Sangat Setuju	24	30,4 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 11 (13,9 %) orang sangat tidak setuju, 12 (15,2 %) orang menyatakan tidak setuju, 25 (31,6 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 31 (39,2 %) orang sangat setuju.

Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 72,20 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa caption yang dibuat oleh akun Instagram @sehataqua menjelaskan deskripsi dari konten tersebut.

Tabel 4. 13 Caption Yang Dibuat Oleh Akun Instagram @Sehataqua Memberikan Pesan Yang Informatif Dalam Konten Tersebut

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3,8 %
2.	Tidak Setuju	27	34,2 %
3.	Setuju	29	36,7 %
4.	Sangat Setuju	20	25,3 %

	Total	79	100.0
--	-------	----	-------

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 3 (3,8 %) orang sangat tidak setuju, 27 (34,2 %) orang menyatakan tidak setuju, 29 (36,7 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 20 (25,23%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 62,00 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa caption yang dibuat oleh akun Instagram @sehataqua memberikan pesan yang informatif dalam konten tersebut.

Tabel 4. 14 Caption Yang Dibuat Oleh Akun Instagram @Sehataqua Mudah Dipahami

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3,8 %
2.	Tidak Setuju	18	22,8 %
3.	Setuju	22	27,8 %
4.	Sangat Setuju	36	45,6 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 3 (3,8 %) orang sangat tidak setuju, 18 (22,8 %) orang menyatakan tidak setuju, 22 (27,8 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 36 (45,6%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 73,40 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa caption yang dibuat oleh akun Instagram @sehataqua mudah dipahami.

Tabel 4. 15 Konsumen Memahami Informasi Yang Disampaikan Melalui Caption Pada Konten Instagram @Sehataqua

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	5	6,3 %
2.	Tidak Setuju	22	27,8 %
3.	Setuju	25	31,6 %
4.	Sangat Setuju	27	34,2 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 5 (6,3 %) orang sangat tidak setuju, 22 (27,8 %) orang menyatakan tidak setuju, 25 (31,6 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 27 (34,2%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas lebih dari 65,80 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa memahami informasi yang disampaikan melalui caption pada konten Instagram @sehataqua.

Tabel 4. 16 Konsumen Menyukai Cara Penulisan Caption Instagram @Sehataqua Dalam Menarik Khalayak

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	10	12,7 %
2.	Tidak Setuju	12	15,2 %
3.	Setuju	30	38 %
4.	Sangat Setuju	27	34,2 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 10 (12,7 %) orang sangat tidak setuju, 12 (15,2 %) orang menyatakan tidak setuju, 30 (38 %) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 27 (34,2%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas

lebih dari 72 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa menyukai cara penulisan caption Instagram @sehataqua dalam menarik khalayak.

3. Pernyataan Variabel Y (*Brand image* pada *followers* instagram @sehataqua)

a. Kekuatan Asosiasi Merek

Tabel 4. 17 Akun Instagram @Sehataqua Memberikan Ketepatan Informasi Pada Postingan Yang Di Upload Tanggal 22 Juni 2023

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	11	13,9 %
2.	Tidak Setuju	26	32,9 %
3.	Setuju	25	31,6 %
4.	Sangat Setuju	17	21,5 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 11 (13,9%) orang sangat tidak setuju, 26 (32,9%) orang menyatakan tidak setuju, 25 (31,6%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 17 (21,5%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas tidak kurang dan tidak lebih 53,10 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa akun Instagram @sehataqua memberikan ketepatan informasi pada postingan yang di upload tanggal 22 Juni 2023.

Tabel 4. 18 Konsumen Mendapat Kesan Positif Terhadap Merek @Sehataqua

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	11	13,9 %
2.	Tidak Setuju	20	25,3 %
3.	Setuju	31	39,2 %
4.	Sangat Setuju	17	21,5 %

	Total	79	100.0
--	-------	----	-------

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 11 (13,9%) orang sangat tidak setuju, 20 (25,3%) orang menyatakan tidak setuju, 31 (39,2%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 17 (21,5%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas tidak kurang dan tidak lebih 60,70 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa saya mendapat kesan positif terhadap merek @sehataqua.

Tabel 4. 19 Konsumen Dapat Mengetahui Tujuan Dan Kegunaan Produk @Sehataqua

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	5	6,3 %
2.	Tidak Setuju	21	26,6 %
3.	Setuju	30	38 %
4.	Sangat Setuju	23	29,1 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 5 (6,3%) orang sangat tidak setuju, 21 (26,6%) orang menyatakan tidak setuju, 30 (38%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 23 (29,1%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas tidak kurang dan tidak lebih 67 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa dapat mengetahui tujuan dan kegunaan produk @sehataqua.

b. Keunggulan Asosiasi Merek

Tabel 4. 20 Brand Aqua Memiliki Harga Produk Yang Terjangkau

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3,8 %
2.	Tidak Setuju	13	16,5 %
3.	Setuju	40	50,6 %
4.	Sangat Setuju	23	29,1 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 3 (3,8%) orang sangat tidak setuju, 13 (16,5%) orang menyatakan tidak setuju, 40 (50,6%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 23 (29,1%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas tidak kurang dan tidak lebih 79,70 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa brand Aqua memiliki harga produk yang terjangkau.

Tabel 4. 21 Produk Dari @Sehataqua Unggul Secara Fungsional

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	7	8,9 %
2.	Tidak Setuju	19	24,1 %
3.	Setuju	34	43 %
4.	Sangat Setuju	19	24,1 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 7 (8,9%) orang sangat tidak setuju, 19 (24,1%) orang

menyatakan tidak setuju, 34 (43%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 19 (24,1%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas tidak kurang dan tidak lebih 67 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa produk dari @sehataqua unggul secara fungsional.

Tabel 4. 22 Brand Aqua Memiliki Manfaat Yang Baik Bagi Kesehatan

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	7	8,9 %
2.	Tidak Setuju	11	13,9 %
3.	Setuju	27	34,2 %
4.	Sangat Setuju	34	43 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 7 (8,9%) orang sangat tidak setuju, 11 (13,9%) orang menyatakan tidak setuju, 27 (34,2%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 34 (43%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas tidak kurang dan tidak lebih 77,20 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa brand aqua memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan.

c. Keunikan Asosiasi Merek

Tabel 4. 23 Akun Instagram @Sehataqua Memiliki Nama Merek Yang Unik/Mudah Diingat

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	4	5,1 %
2.	Tidak Setuju	16	20,3 %
3.	Setuju	34	43 %
4.	Sangat Setuju	25	31,6 %

	Total	79	100.0
--	-------	----	-------

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 4 (5,1%) orang sangat tidak setuju, 16 (20,3%) orang menyatakan tidak setuju, 34 (43%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 25 (31,6%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas tidak kurang dan tidak lebih 75 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa brand aqua memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan.

Tabel 4. 24 Konsumen Pernah Melihat Iklan @Sehataqua Di Instagram Dan Tertarik Untuk Melihatnya

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	7	8,9 %
2.	Tidak Setuju	14	17,7 %
3.	Setuju	33	41,8 %
4.	Sangat Setuju	25	31,6 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 7 (8,9%) orang sangat tidak setuju, 14 (17,7%) orang menyatakan tidak setuju, 33 (41,8%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 25 (31,6%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas tidak kurang dan tidak lebih 73,40 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa pernah melihat iklan @sehataqua di Instagram dan tertarik untuk melihatnya.

Tabel 4. 25 Brand Aqua Memiliki Logo Yang Unik Dan Sangat Mudah Diingat

N=79			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	3	8,9 %

2.	Tidak Setuju	14	17,7 %
3.	Setuju	33	41,8 %
4.	Sangat Setuju	29	36,7 %
	Total	79	100.0

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan jumlah frekuensi pernyataan responden pada tabel diatas, menunjukkan sebanyak 3 (8,9%) orang sangat tidak setuju, 14 (17,7%) orang menyatakan tidak setuju, 33 (41,8%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 29 (36,7%) orang sangat setuju. Maka dapat diketahui berdasarkan tabel data diatas tidak kurang dan tidak lebih 78,50 % responden menyatakan setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa brand aqua memiliki logo yang unik dan sangat mudah diingat.

4. Rekapitulasi Hasil Pengembangan

Berikut adalah tabel rekapitulasi hasil pengembangan indikator variabel X “Konten instagram” pada akun instagram @sehataqua, dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4. 26 Rekapitulasi Hasil Pengembangan Variabel X (Konten Instagram)

No.	Pernyataan	Mean
1.	Mengikuti akun Instagram @sehataqua	3,13
2.	Mengikuti akun Instagram @sehataqua karena mempercayai <i>brand</i> tersebut	2,91
3.	Melihat banyaknya jumlah <i>followers</i> Instagram @sehataqua sehingga dapat dipercaya	2,67
4.	Memberikan komentar pada postingan Instagram @sehataqua untuk melakukan interaksi	2,94
5.	Akun Instagram @sehataqua menanggapi komentar pada postingan yang di upload tanggal 22 Juni 2023	2,68
6.	Konten pada setiap postingan akun Instagram @sehataqua memiliki banyak komentar positif, sehingga dapat dipercaya	2,93
7.	Menyukai konten Instagram @sehataqua karena visual dan desain yang dikemas secara menarik	2,65
8.	Menyukai konten Instagram @sehataqua yang di upload pada 22 Juni 2023 karena konten tersebut menarik	2,78

9.	Menyukai konten Instagram @sehataqua karena dapat memberikan informasi yang jelas	2,96
10.	Caption yang dibuat oleh akun Instagram @sehataqua menjelaskan deskripsi dari konten tersebut	2,94
11.	Caption yang dibuat oleh akun Instagram @sehataqua memberikan pesan yang informatif dalam konten tersebut	2,83
12.	Caption yang dibuat oleh akun Instagram @sehataqua mudah dipahami	3,15
13.	Saya memahami informasi yang disampaikan melalui caption pada konten Instagram @sehataqua	2,93
14.	Menyukai cara penulisan caption Instagram @sehataqua dalam menarik khalayak	2,93
	Rata-rata	2.88

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Dari tabel rekapitulasi variabel di atas, dapat dilihat bahwasannya seluruh responden menilai bahwa pengaruh konten instagram termasuk tinggi karna diatas nilai rata-rata atau setuju. Rata-rata nilai seluruh jawaban pada variabel konten instagram sebesar 2.88. Dan ada pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi ialah sebesar 3,15 pada variabel X 12 dengan pernyataan kolom komentar “Caption yang dibuat oleh akun Instagram @sehataqua mudah dipahami”. Ditemukan juga bahwa nilai terendah didapatkan dari pernyataan pada X7 dengan pernyataan “Saya menyukai konten Instagram @sehataqua karena visual dan desain yang dikemas secara menarik” dengan nilai rata-rata sebesar 2,65.

Berikut ini merupakan data tabel rekapitulasi hasil pengembangan indikator variabel Y yaitu *Brand image*.

Tabel 4. 27 Rekapitulasi Hasil Pengembangan Variabel Y (Brand image)

No.	Pernyataan	Mean
1.	Akun Instagram @sehataqua memberikan ketepatan informasi pada postingan yang di upload tanggal 22 Juni 2023	2,60
2.	Mendapat kesan positif terhadap merek @sehataqua	2,68
3.	Dapat mengetahui tujuan dan kegunaan produk @sehataqua	2,89
4.	Brand Aqua memiliki harga produk yang terjangkau	3,05
5.	Produk dari @sehataqua unggul secara fungsional	2,82

6.	Brand Aqua memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan	3,11
7.	Akun Instagram @sehataqua memiliki nama merek yang unik/mudah diingat	3,01
8.	Pernah melihat iklan @sehataqua di Instagram dan saya tertarik untuk melihatnya	2,96
9.	Brand Aqua memiliki logo yang unik dan sangat mudah diingat	3,11
	Rata-rata	2,91

Sumber: Output SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel rekapitulasi variabel di atas, dapat dilihat bahwasannya seluruh responden menilai pengaruh *brand image* tergolong tinggi atau setuju. Rata-rata nilai keseluruhan jawaban pada variabel minat beli adalah 2,91. dan juga, pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi ialah sebesar 3,11 di variabel Y6 dan Y9 dengan pernyataan “Brand Aqua memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan” dan “Brand Aqua memiliki logo yang unik dan sangat mudah diingat”. Dan juga nilai terendah didapatkan pada pernyataan di variabel 1 dengan nilai rata-rata 2,60 dengan pernyataan “Akun Instagram @sehataqua memberikan ketepatan informasi pada postingan yang di upload tanggal 22 Juni 2023”.

5. Uji Determinasi

Tabel 4. 28 Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.781 ^a	.610	.605	1.747

a. Predictors: (Constant), X Konten Instagram

Sumber: SPSS 25, 2023

R dapat disebut sebagai koefisien korelasi antara variabel independent konten instagram “@sehataqua” (X) dengan satu variabel dependent *brand image* (Y) dengan nilai R sebesar 0.781 yaitu diantara 0,600-0,799 artinya hubungan atau korelasi antara variabel *brand image* berpengaruh dengan kuat atau tinggi. Hal ini dapat dilihat dari:

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali.

2. 0,200 – 0,399 artinya rendah atau lemah tapi pasti.
3. 0,400 – 0,599 artinya cukup atau sedang
4. 0,600 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,800 – 1,000 artinya sangat tinggi atau kuat sekali.

Koefisien determinasi (R Square) diartikan sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel X terhadap Y atau dengan kata lain R Square digunakan untuk memprediksi dan melihat seberapa besar tingkat pengaruh yang diberikan untuk memprediksi dan melihat seberapa besar tingkat yang diberikan variabel X terhadap Y.

Berdasarkan tabel koefisien determinasi di atas, menunjukkan nilai dari R Square sebesar 0,610 atau sama dengan 61,0%, angka tersebut memiliki arti bahwasannya *brand image* Aqua dipengaruhi secara kuat oleh konten instagram @sehataqua, sedangkan sisanya sebesar 39% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4. 29 Uji Regresi Linear

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	367.578	1	367.578	120.461	.000 ^b
	Residual	234.960	77	3.051		
	Total	602.538	78			
a. Dependent Variable: <i>Brand image</i>						
b. Predictors: (Constant), Konten Instagram						

Tabel di atas uji ANOVA menghasilkan F sebesar 120.461 dengan angka sig atau bisa disebut dengan probabilitas sebesar, 0,000 dan nilai taraf signifikan $\alpha = 0.1$, sehingga pada model regresi ini dapat dikatakan layak untuk digunakan dalam memprediksi pengaruh konten instagram terhadap *brand image* Aqua.

Tabel 4. 30 Coefficients

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.283	1.741		4.184	.000
	X	.469	.043	.781	10.975	.000

a. Dependent Variable: *Brand image*

Keterangan persamaan regresi :

$$Y = a + bx$$

Dimana :

$$Y = \textit{Brand image}$$

X = *Konten Instagram*

a = angka konstan, dimana pada penelitian ini sebesar 0,728

b = angka koefisien regresi, dimana pada penelitian ini sebesar 0,469

Berdasarkan keterangan persamaan regresi linear sederhana di atas, maka persamaannya menjadi $Y = 0,728 + 0,469 X$. Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa nilai a atau angka konstan adalah 0.728 dalam artian, persamaan regresi linear sederhana tersebut menunjukkan bahwa *Konten Instagram Aqua* memiliki efek yang positif pada *Brand image*.

7. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel X dan Y yang telah didapatkan melalui hasil survey yang telah dilakukan, pengujian hipotesis ini menggunakan uji t, yaitu dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan r = koefisien korelasi antara X dan Y

n = jumlah sampel

Diketahui :

$$r = 0,781$$

$$n = 79$$

$$t = \frac{0,781\sqrt{(79-2)}}{\sqrt{1-0,781^2}}$$

$$t = \frac{0,781\sqrt{(79)}}{\sqrt{1-0,781^2}}$$

$$t = \frac{0,781\sqrt{(79)}}{\sqrt{1-0,781^2}}$$

$$t = \frac{7,634}{0,391}$$

$$t = 19,524$$

Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Pada penggunaan uji t di atas bisa diketahui untuk t hitung yaitu, 19,524 sedangkan untuk t_{tabel} 1,664 (dari rumus $n-2$, dimana n merupakan jumlah sampel sebesar $79 - 2 = 77$) dengan derajat kebebasan sebesar 77 dan dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,10$ atau 10%. Didapat dari nilai hitung t hitung (19,524) $>$ t_{tabel} (1,664) dengan nilai signifikansi $\alpha = 0,10$, ini menunjukkan ada pengaruh antara Konten Instagram (X) yang berarti signifikan terhadap *Brand image* (Y). Karena nilai hitung $>$ t_{tabel} (19,524) $>$ (1,664) maka uji t tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau bisa dikatakan memiliki arti yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten Instagram X terhadap *Brand image* Y.

8. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan dari tujuan masalah yang ada, maka berikut ini adalah pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan Konten Instagram terhadap *Brand image*. Dapat disimpulkan bahwasannya responden di penelitian ini seluruhnya berjumlah sebanyak 79 orang yang merupakan *Followers* instagram dari @sehataqua. Dari penelitian ini juga bisa diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 28 (35,4%) dan perempuan sebanyak 51 (64,6%). Data tersebut membuktikan bahwa pada penelitian ini, responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak jika dibandingkan dengan responden berjenis kelamin laki-laki.

a. Konten Instagram

Untuk mengukur variabel X yaitu Konten instagram pada penelitian ini menggunakan teori Miles (2019: 125), dimana terdapat empat dimensi yakni, *follow*, *like*, *comment*, dan *caption* atau deskripsi yang diwakilkan oleh setiap pernyataan pada kuesioner yang telah disebarluaskan kepada responden. Dari keempat dimensi tersebut memiliki hasil yang tergolong setuju dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 2.88 dan setiap pernyataan daripada tiap-tiap dimensi lalu dihitung guna mengetahui dimensi apa yang paling berpengaruh.

Pernyataan pertama yang memiliki pengaruh tinggi terdapat pada *caption* atau deskripsi dengan nilai rata-rata berjumlah 3,15 yang mana terdapat pada pernyataan “Caption yang dibuat oleh akun Instagram @sehataqua mudah dipahami” (X12). Dari total seluruh responden yang berjumlah 79 orang dengan presentase 100% menunjukkan bahwa ada sebanyak jumlah frekuensi pernyataan responden menunjukkan sebanyak 3 (3,8%) orang sangat tidak setuju, 18 (22,8%) orang menyatakan tidak setuju, 22 (27,8%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 36 (45,6%) orang sangat setuju. Dari hasil data tersebut mayoritas responden yang setuju sebanyak 58 orang dengan presentase 73,40% bahwa responden setuju pada pernyataan yang menyebutkan jika caption yang dibuat oleh akun Instagram @sehataqua mudah dipahami.

Pernyataan kedua yang paling berpengaruh ialah terdapat pada *follow* dengan nilai rata-rata berjumlah 3,13 yang ada pada pernyataan “Saya Mengikuti Akun Instagram @sehataqua” (X1). Dari total seluruh responden yang berjumlah 79 orang dengan presentase 100% menunjukkan sebanyak 5 (6,3%) orang sangat tidak setuju, 11 (13,9%) orang menyatakan tidak setuju, 31 (39,2%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 32 (40,5%) orang sangat setuju. Dengan demikian sebanyak 63

orang responden dengan presentase 79,70% menyatakan setuju jika mereka mengikuti akun Instagram @sehataqua.

Pernyataan ketiga yang paling berpengaruh terdapat pada *like* atau suka dengan rata-rata nilai berjumlah 2,96 yang terdapat pada pernyataan “Saya menyukai konten Instagram @sehataqua karena dapat memberikan informasi yang jelas” (X9). Dari total seluruh responden yang berjumlah 79 orang dengan presentase 100% menunjukkan sebanyak 11 (13,9%) orang sangat tidak setuju, 12 (15,2%) orang menyatakan tidak setuju, 25 (31,6%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 31 (39,2%) orang sangat setuju. Dengan demikian maka sebanyak 56 orang responden setuju dengan presentase 70,80% menyatakan bahwasannya *like* pada instagram digunakan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan tentang sesuatu yang mereka sukai.

Untuk nilai terendah didapatkan dari *like* atau menyukai dengan rata-rata 2,65 pada pernyataan “Saya menyukai konten Instagram @sehataqua yang di upload pada 22 Juni 2023 karena konten tersebut menarik” (X7). Dari total seluruh responden yang berjumlah 79 orang dengan presentase 100% menunjukkan sebanyak 6 (7,6%) orang sangat tidak setuju, 27 (34,2%) orang menyatakan tidak setuju, 34 (43%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 12 (15,2%) orang sangat setuju. Dengan demikian hanya ada 46 orang yang setuju dengan presentase 2,65% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa saya menyukai konten Instagram @sehataqua yang di upload pada 22 Juni 2023 karena konten tersebut menarik.

b. *Brand image*

Pada variabel Y (*Brand image*) diukur menggunakan teori Keller, (2015: 52-53) yang memiliki 3 dimensi yaitu, Kekuatan Asosiasi Merek, Keunggulan Asosiasi Merek, dan Keunikan Asosiasi Merek yang juga diwakilkan oleh setiap pernyataan

yang dibuat dalam kuesioner untuk dijawab oleh responden. Ketiga dimensi tersebut juga memiliki hasil yang tergolong setuju dengan nilai rata-rata jawaban sebesar 2,91.

Untuk dimensi pertama yang sangat berpengaruh ada pada dimensi keunggulan asosiasi merek dengan rata-rata 3,11 pada pernyataan “Brand Aqua memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan” (Y6). Dari total 79 responden dengan presentase 100% ada sebanyak 7 (8,9%) orang sangat tidak setuju, 11 (13,9%) orang menyatakan tidak setuju, 27 (34,2%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 34 (43%) orang sangat setuju. Dengan demikian ada 61 orang presentase 77,2% setuju dengan pernyataan Brand Aqua memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan.

Untuk dimensi kedua sendiri terdapat pada di dimensi keunikan asosiasi merek dengan rata-rata 3,11 dengan pernyataan “Brand Aqua memiliki logo yang unik dan sangat mudah diingat” (Y9). Dari total sebanyak 79 responden dengan presentase 100% ada sebanyak 3 (3,8%) orang sangat tidak setuju, 14 (17,7%) orang menyatakan tidak setuju, 33 (41,8%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 29 (36,7%) orang sangat setuju. Dengan demikian ada 62 orang dengan presentase 78,5% setuju bahwasannya Brand Aqua memiliki logo yang unik dan sangat mudah diingat.

Untuk dimensi ketiga sendiri terdapat pada dimensi keunggulan asosiasi merek dengan rata-rata 3,05 dengan pernyataan “Brand Aqua memiliki harga produk yang terjangkau” (Y4). Dari total sebanyak 79 responden dengan presentase 100% ada sebanyak 3 (3,8%) orang sangat tidak setuju, 13 (16,5%) orang menyatakan tidak setuju, 40 (50,6%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 23 (29,1%) orang sangat setuju. Dengan demikian sebanyak 63 orang dengan presentase 79,7% setuju dengan pernyataan bahwasannya

Brand Aqua memiliki harga produk yang terjangkau. Untuk nilai terendah terdapat pada dimensi kekuatan asosiasi merek dengan nilai rata-rata 2,60 pada pernyataan “Akun Instagram @sehataqua memberikan ketepatan informasi pada postingan yang di upload tanggal 22 Juni 2023” (Y1). Dari total sebanyak 79 responden dengan presentase 100% ada sebanyak 11 (13,9%) orang sangat tidak setuju, 26 (32,9%) orang menyatakan tidak setuju, 25 (31,6%) orang menyatakan setuju, dan sebanyak 17 (21,5%) orang sangat setuju. Dari hasil data tersebut maka dengan demikian hanya ada 42 orang yang setuju dengan presentase 2,60% menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa saya menyukai konten Akun Instagram @sehataqua memberikan ketepatan informasi pada postingan yang di upload tanggal 22 Juni 2023.

c. Pengaruh Konten Instagram Aqua Terhadap *Brand image*

Pengaruh Konten instagram Aqua terhadap *Brand image* berdasarkan menggunakan SPSS versi 25, didapatkan hasil uji korelasi guna mengetahui hubungan daripada variabel X yaitu Konten Instagram dengan variabel Y yaitu *Brand image* sebesar 0,781. Hal ini dapat dikatakan bahwasannya Konten Instagram memiliki pengaruh yang kuat pada *Brand image*. Koefisien determinasi atau R Square yang dimaksudkan sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel X terhadap variabel Y atau dengan kata lain R Square digunakan untuk memprediksi dan melihat sebesar apa tingkat pengaruh yang diperoleh dari variabel X kepada variabel Y atau bisa dibilang, R Square digunakan guna memprediksi dan melihat sejauh atau sebesar apa pengaruh yang diberikan variabel X terhadap Variabel Y. Perhitungan R Square sebesar 0,781 yang artinya variabel Konten Instagram (X) mempengaruhi *Brand image* (Y) sebesar 61% angka tersebut memiliki arti bahwa *Brand image* dipengaruhi secara kuat oleh Konten Instagram, lalu sisanya

sebesar 39% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Pada uji ANOVA menghasilkan nilai F sebesar 120.461 dengan angka sig atau probabilitas 0,000 dan nilai taraf signifikan $\alpha=0,1$. Probabilitas pada tabel tersebut merupakan 0,000 dimana angka tersebut $< 0,1$ sehingga pada model regresi ini dapat dikatakan layak untuk digunakan untuk memprediksi pengaruh Konten Instagram Aqua terhadap *Brand image*.

Berdasarkan persamaan pada regresi linear sederhana maka persamaan yang didapatkan menjadi $Y = -0,728 + 0,469 X$. dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa nilai a atau angka konstan sebesar 0.728 dan tanda positif dalam persamaan regresi linear sederhana tersebut menunjukkan bahwa Konten Instagram Aqua memiliki efek yang baik atau positif terhadap *Brand image*.

Hasil keseluruhan daripada penelitian ini terkait Konten Instagram Aqua terhadap *Brand image* (Survei Pada *Followers* Instagram @sehataqua), bahwa secara umum responden tau adanya Konten Instagram yang ada pada akun Instagram @sehataqua untuk membangun *Brand image* dan menarik *followersnya*, dan juga persepsi masyarakat terhadap konten instagram memberikan kesan yang baik dan hal itulah yang memperkuat *Brand image* khalayak terhadap produk Aqua. Pernyataan tersebut bisa dibuktikan berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan uji t berdasarkan tabel coefficients bahwa t hitung = 19,524, sedangkan $t_{tabel} = 1,664$ didapat berdasarkan rumus $n-2$, dimana n merupakan jumlah sampel ($79-2 = 77$) dengan derajat kebebasan sebesar 77 dan dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,10$ atau 10%. Didapat melalui t hitung ($19,524 > t_{tabel} (1,664)$), dan hal ini sudah menunjukkan adanya pengaruh antara Variabel X yakni Konten Instagram yang berarti signifikansi terhadap *Brand image* yaitu variabel Y.