

**ANALISIS EFEKTIVITAS *INSTAGRAM* DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DI DALAM  
PERUSAHAAN *YAMAZAKI MY ROTI* MENGGUNAKAN  
METODE DESKRIPTIF**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program sarjana

**AHMAD HIDAYAH      19200643**

**PETRA MICHAEL      19200463**

**SITI INAYAH      19200445**

**Program Studi Sistem Informasi  
Fakultas Teknik dan Informatika  
Universitas Bina Sarana Informatika  
Jakarta 2024**

## PERSEMBAHAN

*Silahkan saja bermimpi, karena itu gratis. Tapi jangan lupa, kenyataan itu mahal*

*(Start Up)*

Skripsi ini kami persembahkan dengan sepenuh hati kepada:

1. Orang tua kami yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan do'a tiada henti. Tanpa kalian, kami tidak sampai pada titik ini.
2. Dosen pembimbing Ibu Lita Sari Marita , yang dengan sabar memberikan bimbingan, ilmu, dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Sahabat, dan rekan-rekan seperjuangan satu kelompok (Ahmad Hidayah, Petra Michael, dan Siti Inayah) yang selalu mendukung, membantu, dan memberikan semangat dalam menghadapi setiap tantangan selama proses pengerjaan skripsi ini.
4. Seluruh pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang telah membantu kami dalam berbagai bentuk selama proses penyusunan skripsi ini.

Kami berharap hasil kerja ini dapat memberikan kontribusi positif dan bermanfaat bagi ilmu pengetahuan serta menjadi inspirasi bagi generasi berikutnya.

*Tanpa mereka,*

*karya ini tidak akan pernah ada*

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI  
PADA PROGRAM SARJANA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Hidayah  
NIM : 19200643  
Jenjang : Sarjana (S1)  
Program Studi : Sistem Informasi  
Fakultas : Teknik dan Informatika  
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul  
"Analisis Efektivitas Instagram dalam meningkatkan brand awareness di dalam perusahaan  
yazamaki my roti menggunakan metode Deskriptif" adalah asli (orisinal) atau tidak menjiplak  
(plagiat) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk  
apapun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar bunarnya tanpa ada paksaan dari  
pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari saya memberikan keterangan palsu atau ada  
pihak lain yang mengklaim bahwa (Skripsi pada Program Sarjana) yang telah saya buat  
adalah milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana  
maupun perdata dan ketulusan saya dan **Universitas Bina Sarana Informatika**  
dicabut/dibatalkan

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 25 Jajarta 2024

yang menyatakan,

Ahmad Hidayah :

Petra Michael :

Siti Inayah :



Ahmad Hidayah

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang betandatangani dibawah ini

Nama : Ahmad Hidayah  
NIM : 19200643  
Jenjang : Sarjana (S1)  
Program Studi : Sistem Informasi  
Fakultas : Teknik dan Informatika  
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dan Pihak Perusahaan/Instansi

Nama : Opick Rachma  
Jabatan : Marketing  
Perusahaan/Instansi : PT.Yamazaki My Roti

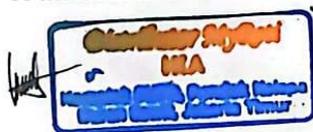
Sepakat atas hal hal dibawah ini :

1. PT YAMAZAKI MY ROTI meyetujui untuk memberikan kepada penulis dan Universitas Bina Sarana Informatika untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan karya ilmiah dengan judul "Analisis Efektivitas Instagram dalam meningkatkan brand awareness di dalam perusahaan yazamaki my roti menggunakan metode Deskriptif " yang disusun oleh penulis.
2. Memberikan persetujuan kepada penulis dan Universitas Bina Sarana Informatika untuk mengunggah karya ilmiah penulis pada repository Universitas Bina Sarana Informatika (Publikasi) terbatas hanya untuk keperluan akademis, tidak untuk tujuan atau kepentingan komersial.
3. PT YAZAMAKI MY ROTI menyediakan data dan informasi yang diperlukan peneliti.  
Dalam hal ini, maka PT YAZAMAKI MY ROTI tidak bertanggung jawab atas terjadinya kesalahan penyusunan dan tidak bertanggung jawab dalam bentuk apapun, termasuk atas jawaban atau isi dari penelitian penulis.

Demikian kesepakatan ini dibuat dengan sebenarnya.

Menyetujui,

PT YAZAMAKI MY ROTI



OPICK RACHMA

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 9 Jan

Yang menyatakan :



## PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Skripsi sarjana yang berjudul “**Analisis Efektivitas Instagram dalam meningkatkan brand awareness di dalam perusahaan yazamaki my roti menggunakan metode Deskriptif**” Adalah hasil karya tulis asli Ahmad Hidayah, Petra Michael , Siti Inayah dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku dilingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan dikenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang ada dibawah ini

Nama : Ahmad Hidayah  
Alamat : Kp. Penggilingan rt 10 rw 06  
Email :Ahmaddayah99@gmail.com

Nama : Petra Michael  
Alamat : Cipinang lontar III rt 05 rw 09 no.15  
Email :donrafaelquinn@gmail.com

Nama : Siti Inayah  
Alamat : kp rawa selatan V RT006 RW007 Jakarta Pusat  
Email : st,inayah22@gmail.com

	<b>LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI</b>
	<b>UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA</b>

NIM : 19200643  
 Nama Lengkap : Ahmad Hidayah Dosen  
 Pembimbing I : Lita Sari Marita  
 Judul Skripsi : Analisis Efektivitas Instagram dalam meningkatkan brand awareness di dalam perusahaan yazamaki my roti menggunakan metode Deskriptif

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing I
1.	31 Oktober 2024	Pembahasan BAB 1 dan BAB 2 dan kerapihan skripsi	
2.	19 November 2024	Pembahasan BAB 1 dan BAB 2 dan kerapihan skripsi	
3.	25 November 2024	Acc bab I, Pembahasan revisi BAB 2 dan kerapihan skripsi	
4.	9 Desember 2024	Pembahasan revisi BAB 2	
5.	19 Desember 2024	Pembahasan BAB 3 dan kerapihan skripsi	
6.	9 Januari 2025	Pembahasan revisi BAB 3 dan BAB 4	
7.	15 Januari 2025	acc bab 3 dan bab 4, Pembahasan keseluruhan skripsi dan revisi	
8.	20 Januari 2025	Acc keseluruhan skripsi	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.

Bimbingan Skripsi

Dimulai pada tanggal : 30 Oktober 2024

Diakhiri pada tanggal : Januari 2025

Jumlah pertemuan bimbingan : 8 kali

Disetujui oleh,  
Dosen Pembimbing I



  
 (LITA SARI MARITA)

**Keterangan:**

- \* Lembar konsultasi Skripsi diketik dengan tanda tangan asli dari Dosen Pembimbing I
- \* Jumlah bimbingan minimal 8 kali pertemuan.

	<b>LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI</b>
	<b>UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA</b>

NIM : 19200463  
 Nama Lengkap : Petra Michael  
 Dosen Pembimbing I : Lita Sari Marita  
 : Analisis Efektivitas Instagram dalam meningkatkan brand awareness di dalam perusahaan yazamaki my roti menggunakan metode Deskriptif  
 Judul Skripsi

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing I
1.	31 Oktober 2024	Pembahasan BAB 1 dan BAB 2 dan kerapihan skripsi	
2.	19 November 2024	Pembahasan BAB 1 dan BAB 2 dan kerapihan skripsi	
3.	25 November 2024	Acc bab I, Pembahasan revisi BAB 2 dan kerapihan skripsi	
4.	9 Desember 2024	Pembahasan revisi BAB 2	
5.	19 Desember 2024	Pembahasan BAB 3 dan kerapihan skripsi	
6.	9 Januari 2025	Pembahasan revisi BAB 3 dan BAB 4	
7.	15 Januari 2025	acc bab 3 dan bab 4, Pembahasan keseluruhan skripsi dan revisi	
8.	20 Januari 2025	Acc keseluruhan skripsi	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.

Bimbingan Skripsi

Dimulai pada tanggal : 30 Oktober 2024

Diakhiri pada tanggal : Januari 2025

Jumlah pertemuan bimbingan : 8 kali

Disetujui oleh,  
Dosen Pembimbing I



  
 (LITA SARI MARITA)

Keterangan:

	<b>LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI</b>
<b>UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA</b>	

NIM : 19200445  
 Nama Lengkap : Siti Inayah Dosen  
 Pembimbing I : Lita Sari Marita  
 Judul Skripsi : Analisis Efektivitas Instagram dalam meningkatkan brand awareness di dalam perusahaan yazamaki my roti menggunakan metode Deskriptif

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing I
1.	31 Oktober 2024	Pembahasan BAB 1 dan BAB 2 dan kerapihan skripsi	
2.	19 November 2024	Pembahasan BAB 1 dan BAB 2 dan kerapihan skripsi	
3.	25 November 2024	Acc bab I, Pembahasan revisi BAB 2 dan kerapihan skripsi	
4.	9 Desember 2024	Pembahasan revisi BAB 2	
5.	19 Desember 2024	Pembahasan BAB 3 dan kerapihan skripsi	
6.	9 Januari 2025	Pembahasan revisi BAB 3 dan BAB 4	
7.	15 Januari 2025	acc bab 3 dan bab 4, Pembahasan keseluruhan skripsi dan revisi	
8.	20 Januari 2025	Acc keseluruhan skripsi	

Catatan untuk Dosen Pembimbing.  
 Bimbingan Skripsi  
 Dimulai pada tanggal : 30 Oktober 2024  
 Diakhiri pada tanggal : Januari 2025  
 Jumlah pertemuan bimbingan : 8 kali

Disetujui oleh,  
 Dosen Pembimbing I  
  
  
 (LITA SARI MARITA)

Keterangan:

## KATA PENGANTAR

Puji serta Syukur kami panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Taala yang telah melimpahkan Rahmat, taufik, dan hidayahnya serta nikmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Dengan keterbatasan pengetahuan dan mengangkat dari beberapa sumber, penulis Menyusun Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dengan judul “***Analisis Efektivitas Instagram dalam meningkatkan brand awareness di dalam perusahaan yazamaki my roti menggunakan metode Deskriptif***” sebagai salah satu persyaratan kelulusan untuk menyelesaikan studi program Sarjana pada Universitas Bina Sarana Informatika.

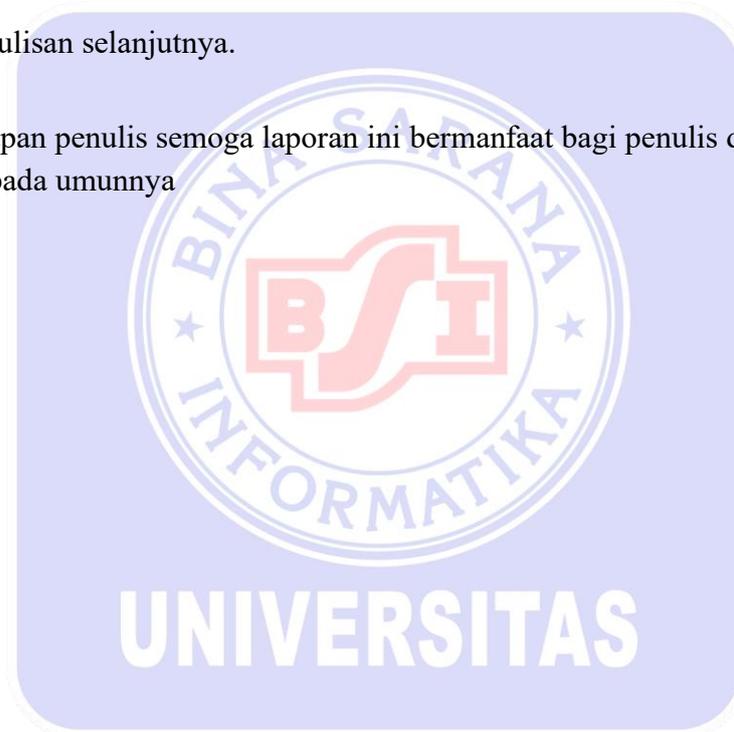
Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom., MM., M.Pd., IPU., ASEAN Eng, selaku Rektor Universitas Bina Sarana Informatika
2. Bapak Dr. Didi Rosiyadi, S.Kom., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Teknik dan Informatika Universitas Bina Sarana Informatika
3. Bapak Sriyadi, M.Kom., selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi S1 Universitas Bina Sarana Informatika
4. Ibu Lita Sari Marita selaku Dosen Pembimbing Skripsi Universitas Bina Sarana Informatika yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam menyelesaikan Skripsi
5. Seluruh Staf / Karyawan / Dosen di lingkungan Universitas Bina Sarana informatika

6. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan baik secara moral dan materil.
7. Teman-teman satu kelompok dalam menyusun Skripsi ini.
8. Serta semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang turut membantu penulis dalam Menyusun laporan ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan laporan ini, untuk itu, penulis menghaprapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dalam penulisan selanjutnya.

Besar harapan penulis semoga laporan ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca yang berminat pada umunnya

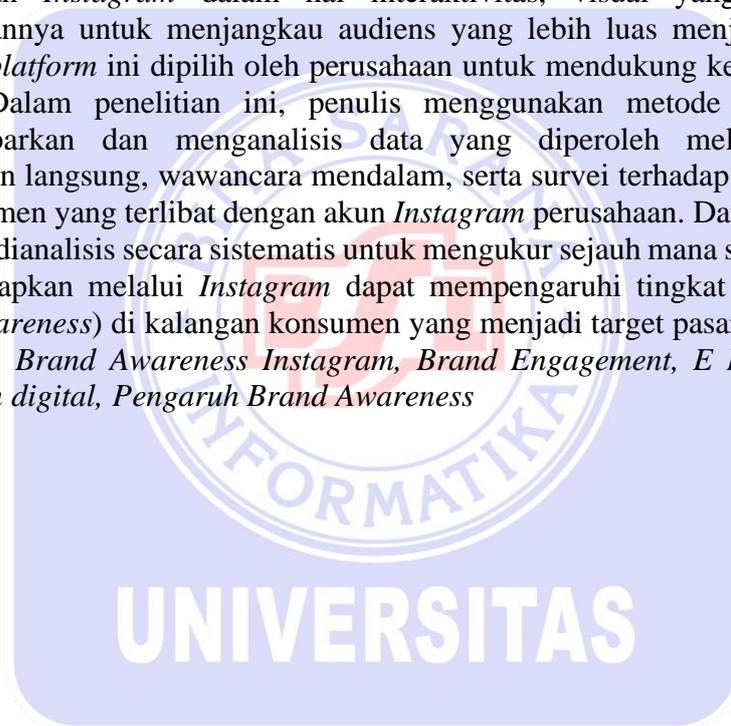


## ABSTRAK

**Ahmad Hidayah (19200643), Petra Michael (19200463), Siti Inayah (19200445),**  
***Efektivitas Instagram dalam meningkatkan brand awareness di dalam perusahaan yazamaki my roti menggunakan metode Deskriptif.***

Penelitian ini memiliki tujuan utama untuk menganalisis sejauh mana efektivitas penggunaan *Instagram* sebagai alat pemasaran dapat berkontribusi dalam meningkatkan *brand awareness* di perusahaan Yamazaki My Roti. *Instagram*, sebagai salah satu *platform* media sosial yang paling populer dan memiliki jangkauan yang sangat luas, telah menjadi salah satu pilihan strategis bagi banyak perusahaan dalam mempromosikan produk dan memperkenalkan merek mereka kepada konsumen. Keunggulan *Instagram* dalam hal interaktivitas, visual yang menarik, serta kemampuannya untuk menjangkau audiens yang lebih luas menjadi alasan utama mengapa *platform* ini dipilih oleh perusahaan untuk mendukung kegiatan pemasaran mereka. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan dan menganalisis data yang diperoleh melalui serangkaian pengamatan langsung, wawancara mendalam, serta survei terhadap pihak perusahaan dan konsumen yang terlibat dengan akun *Instagram* perusahaan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara sistematis untuk mengukur sejauh mana strategi pemasaran yang diterapkan melalui *Instagram* dapat mempengaruhi tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) di kalangan konsumen yang menjadi target pasar perusahaan.

*Keyword : Brand Awareness Instagram, Brand Engagement, E Bussines, Strategi pemasaran digital, Pengaruh Brand Awareness*



## ABSTRACT

*Ahmad Hidayah (19200643) , Petra Michael (19200463) , Siti Inayah This study aims to analyze the extent to which the effectiveness of using Instagram as a marketing tool can contribute to increasing brand awareness at Yamazaki My Roti. Instagram, as one of the most popular social media platforms with a vast reach, has become a strategic choice for many companies in promoting their products and introducing their brand to consumers. The advantages of Instagram in terms of interactivity, visually appealing content, and its ability to reach a broader audience are the main reasons why this platform is chosen by the company to support their marketing activities. In this study, the author uses a descriptive method to describe and analyze the data obtained through a series of direct observations, in-depth interviews, and surveys with the company's representatives and consumers involved with the company's Instagram account. The collected data is then systematically analyzed to measure the extent to which the marketing strategies implemented via Instagram can influence brand awareness levels among the company's target consumers.*

*Keyword : Brand Awareness Instagram, Brand Engagement, E Bussines, Strategi pemasaran digital, Pengaruh Brand Awareness*



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Metode Deskriptif.....	10
<b>BAB 2 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>12</b>
2.1 Langkah Penelitian.....	12
2.2 Tahapan Penelitian.....	13
2.3 Instrumen Penelitian .....	13
<b>BAB 3 HASIL PEMBAHASAN.....</b>	<b>18</b>
3.1 Analisis Akun <i>Instagram</i> .....	18
3.2 Hasil Survei dari <i>Google Form</i> .....	20
3.3 Mengolah data di <i>Microsoft Excel</i> .....	28
3.4 Wawancara Pihak PT Yamazaki My Roti .....	46
<b>BAB 4 PENUTUP.....</b>	<b>49</b>
4.1 Kesimpulan .....	49
4.2 Saran .....	49

4.3	Penutup.....	50
	DAFTAR PUSAKA.....	51
4.4	CEK PLAGIARISM.....	53



# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

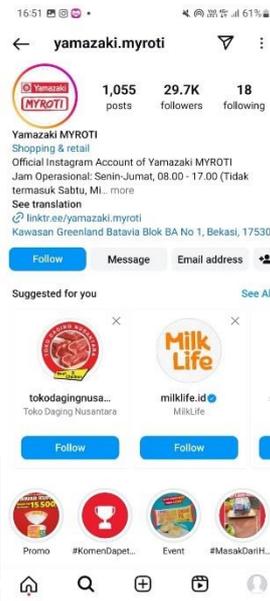
### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada era digital ini media sosial menjadi trend dalam komunikasi pemasaran maupun promosi.” Media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbasis teks,gambar,suara dan video informasi baik dengan orang lain maupun perusahaan.(Kotler & Keller, 2016)

Media sosial dapat diartikan sebagai tempat berkumpulnya manusia dan berbagi informasi serta tempat berinteraksi satu sama lain,media sosial ini juga bisa digunakan untuk promosi dan membangun branding perusahaan.Masyarakat dapat dengan mudah menemukan perusahaan di media sosial hanya dengan mengetik nama perusahaan,lalu akan muncul profil perusahaan,karyawan,dan visi misi nya.

PT Yamazaki Indonesia adalah perusahaan asal Jepang yang bergerak dibidang makanan khususnya roti.PT Yamazaki ini sudah terkenal diJepang,dianggap sebagai roti nomor 1 diJepang dan rotinya lembut, yamazaki my roti ini baru membuka pasarnya di Indonesia pada tahun 2014.Karena baru berdiri 10 tahun di Indonesia, masyarakat kurang mengenal my roti ini,untuk

itulah dibutuhkan branding, seberapa efektif Instagram dalam branding



yamazaki my roti ini

Sumber: Instagram yamazaki.my roti

Pt Yamazaki Indonesia itulah nama yang digunakan Yamazaki baking co untuk masuk pasar Indonesia pada tahun 2014. Yamazaki Indonesia menjual produknya di alfamart dengan nama my roti.

Yang dimana pada tahun 2014, pasar roti di Indonesia dikuasai oleh sari roti, bahkan sebagian besar orang Indonesia pada tahun itu hanya mengenal satu brand roti saja. Itulah betapa hebatnya brand awarnesse (kesadaran produk) hanya dengan menyebutkan jenis makanan roti, langsung teringat pada merk sari roti.

Untuk bisa menguasai pasar Indonesia, PT yamazaki Indonesia butuh yang namanya brand awarnesse atau kesadaran brand, karena mereka memakai teknologi Jepang dan menjadi brand nomor 1 di Jepang. Mereka menggunakan image brand roti lembut nomor 1 di Jepang. Kita bisa lihat image brand ini

ketika di alfamart dan alfamidi,tetapi itu belum bisa membuat masyarakat Indonesia tau tentang roti ini.

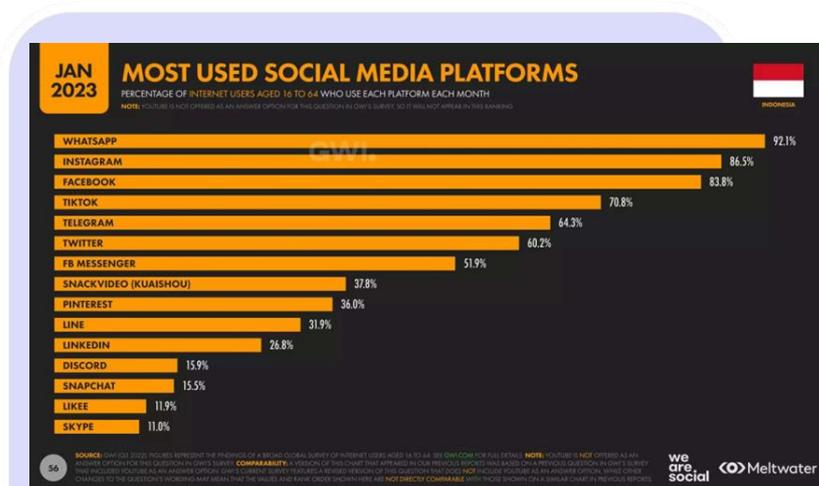
Untuk media social,PT yamazaki my roti ini bisa dilihat di instagram sebagai @yamazaki.myroti,memiliki follower hampir 30rb.Selain sebagai media promosi instagram dapat digunakan untuk branding yamazaki my roti ini.

Menurut (we are social, n.d.),jumlah orang yang menggunakan internet di Indonesia mencapai 212 juta pada januari 2023,atau sekitar 77% dari total penduduk telah menggunakan internet (we are social, 2023.) hampir 80% masyarakat Indonesia yang menggunakan internet secara keseluruhan dan tidak menutup kemungkinan untuk tiap tahun nilainya akan bertambah,untuk itu internet sangat penting untuk branding pribadi maupun perusahaan.

Media sosial apa yang bagus untuk branding perusahaan (we are social, n.d.)media sosial yang terbanyak digunakan pada tahun 2023 bulan januari adalah Whatsapp sebanyak (92,1%),disusul juga Instagram sebanyak (86,5%),yang ketiga ada Facebook sebanyak(83,8%),dan yang ke 4 ada Tiktok sebanyak (70,8)

Untuk Whatsapp tidak mungkin karena Whatsapp bukan media sosial yang bisa dilihat banyak orang, media sosial ini menggunakan system kontak, sehingga tidak memungkinkan untuk dijadikan instrument untuk penelitian kali ini.

Instagram merupakan media sosial yang efektif karena 86,5% Masyarakat Indonesia menggunakan Instagram media sosial ini juga bersifat public yang dimana kita search nama/username maka profil orang tersebut akan muncul Begitu juga dengan perusahaan, Instagram sebagai alat pemasaran.



Sumber: <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>

### Keunggulan *Instagram* dalam meningkatkan *Brand Awareness*

Instagram menawarkan berbagai fitur yang memudahkan perusahaan untuk membangun brand awareness, seperti foto, video, stories, reels, dan iklan berbayar. Penggunaan visual yang menarik dapat langsung mencuri perhatian audiens dan meningkatkan kesadaran merek. Fitur hashtag dan geotagging juga memungkinkan konten untuk ditemukan oleh lebih banyak orang di luar pengikut langsung akun, yang dapat memperluas jangkauan merek.

## **Kekuatan Visual dalam *Instagram***

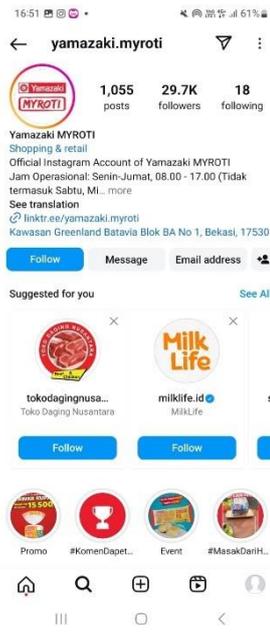
Keunggulan utama Instagram terletak pada kekuatan visualnya. Dalam dunia pemasaran, visual memiliki kekuatan yang sangat besar untuk membangkitkan minat dan memperkuat ingatan konsumen tentang produk atau merek.

Studi menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih mudah mengingat merek yang diwakili dengan gambar atau video yang menarik, dibandingkan dengan iklan berbasis teks.

## **Interaktivitas pengguna dengan konten *Instagram***

Salah satu kelebihan Instagram adalah kemampuannya untuk menciptakan interaksi langsung antara merek dan audiens. Pengguna dapat memberi like, komentar, atau share konten yang mereka lihat, menciptakan interaksi dua arah yang memperkuat hubungan antara merek dan konsumen.

PT Yamazaki Indonesia adalah perusahaan asal Jepang yang bergerak dibidang makanan khususnya roti. PT Yamazaki ini sudah terkenal di Jepang, dianggap sebagai roti nomor 1 di Jepang dan rotinya lembut, yamazaki my roti ini baru membuka pasarnya di Indonesia pada tahun 2014. Karena baru berdiri 10 tahun di Indonesia, masyarakat kurang mengenal my roti ini, untuk itulah dibutuhkan branding, seberapa efektif Instagram dalam branding yamazaki my roti ini.



Sumber: Instagram yamazaki.my roti

Pt Yamazaki Indonesia itulah nama yang digunakan Yamazaki baking co untuk masuk pasar Indonesia pada tahun 2014. Yamazaki Indonesia menjual produknya di alfamart dengan nama my roti.

Yang dimana pada tahun 2014, pasar roti di Indonesia dikuasai oleh sari roti, bahkan sebagian besar orang Indonesia pada tahun itu hanya mengenal satu brand roti saja. Itulah betapa hebatnya brand awarnesse (kesadaran produk) hanya dengan menyebutkan jenis makanan roti, langsung teringat pada merk sari roti.

Untuk bisa menguasai pasar Indonesia, PT yamazaki Indonesia butuh yang namanya brand awarnesse atau kesadaran brand, karena mereka memakai teknologi Jepang dan menjadi brand nomor 1 di Jepang. Mereka menggunakan image brand roti lembut nomor 1 di Jepang. Kita bisa lihat image brand ini ketika di alfamart dan alfamidi, tetapi itu belum bisa membuat masyarakat Indonesia tau tentang roti ini.

Untuk media social,PT yamazaki my roti ini bisa dilihat di instagram sebagai @yamazaki.myroti,memiliki follower hampir 30rb.Selain sebagai media promosi instagram dapat digunakan untuk branding yamazaki my roti ini. Definisi branding menurut (Kotler & Keller, 2016)) “branding adalah nama,istilah,tanda,symbol atau rancangan atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan barang atau jasa atau kelompok penjual dan untuk mendiferensiasikannya(membedakan).

### **Pentingnya *Brand Awareness* untuk Perusahaan**

Dalam industri yang sangat kompetitif, brand awarenessse menjadi faktor kunci dalam menarik perhatian konsumen. Tanpa brand awarenessse yang memadai, merek akan kesulitan untuk membangun basis konsumen yang setia.

Brand awarenessse tidak hanya mencakup pengenalan merek, tetapi juga membangun asosiasi positif dengan merek tersebut. Konsumen yang mengenal dan percaya pada merek lebih cenderung membeli produk yang ditawarkan.

### **Hubungan antara *Brand Awareness* dan Keputusan Pembelian**

Konsumen cenderung memilih merek yang lebih familiar bagi mereka, bahkan jika ada alternatif lain yang lebih murah atau lebih mudah dijangkau. Dengan meningkatkan brand awarenessse, perusahaan meningkatkan peluang konsumen untuk memilih produk mereka ketika membuat keputusan pembelian. Tingkatan brand awarenessse kemampuan pelanggan untuk mengenali atau mengingat merek suatu produk berbeda-beda, bergantung kepada tingkat komunikasi suatu merek atau persepsi konsumen terhadap merek yang ditawarkan. Oleh karena itu seorang pelaku usaha perlu mengetahui tingkatan brand awareness konsumennya untuk

menentukan strategi yang tepat. Berikut ini adalah penjelasan tentang tingkatan brand awareness:

### **1. *Unware of brand***

Tingkat yang paling rendah dalam piramida kesadaran merek, dimana konsumen tidak menyadari adanya suatu merek tertentu.

### **2. *Brand recognition***

Pada tingkat ini, konsumen mengetahui keberadaan suatu merek. Dalam piramida brand awareness, brand recognition menunjukkan level minimum brand awareness seorang konsumen terhadap suatu produk. Hal ini penting karena merupakan langkah awal saat seorang pembeli akan memilih suatu merek dalam proses pembelian.

### **3. *Brand recall***

Pada level ini, konsumen tidak hanya mengetahui tentang keberadaan suatu merek tetapi ingat akan merek tersebut walaupun tanpa menggunakan bantuan atau tanda-tanda.

### **4. *Top of Mind***

Pada level ini, suatu merek menjadi pilihan utama atau merek tersebut adalah merek yang pertama kali muncul dalam benak konsumen. Merek tersebut menjadi merek utama dari berbagai merek yang ada di dalam benak konsumen.

Seperti pengertian diatas, branding memiliki beberapa unsur-unsur, berikut unsur unsurnya;

a) Nama merek

b) Logo meliputi ikon, *logotype*

c) Penampilan visual yang menarik dari desain produk, desain seragam maupun desain logo

d) Kata kata : akronim, nama panggilan, slogan, *tag line*, *jingle*

e) Suara: lagu, ikon musik

Dari yang disebutkan tadi Perusahaan Yamazaki My Roti ini sudah memiliki nama merek yaitu My Roti sudah memiliki logo khasnya sendiri diikuti desain produk yang menarik dan kata kata slogan yaitu lembutnya sampai di hati dan sahabat setiap saat.

## 1.2 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu;

1. Bagi Yamazaki My Roti Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa efektif Instagram dalam meningkatkan brand awareness PT Yamazaki Roti melalui akun Instagram @yamazakiroti.
2. Bagi Masyarakat luas penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah Instagram bisa meningkatkan brand awareness di persaingan bisnis masa kini.

## 1.3 Manfaat Penelitian

Meningkatkan hasil brand serta mengukur hasil brand dari PT Yamazaki My Roti dapat juga untuk mengambil kebijakan dari hasil penelitian tersebut dapat memberikan berbagai manfaat yang sangat berharga, baik bagi perusahaan

itu sendiri maupun untuk perkembangan ilmu pemasaran digital. Metode deskriptif berfokus pada pemahaman fenomena dengan menggambarkan situasi yang ada secara menyeluruh tanpa mengubah variabel-variabel yang ada. Dalam hal ini, Instagram sebagai alat pemasaran digital dapat dianalisis secara objektif, memberikan gambaran yang jelas tentang sejauh mana Instagram berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran merek (brand awareness).

Analisis ini memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang bagaimana Instagram digunakan oleh PT Yamazaki My Roti sebagai platform pemasaran. Dengan menganalisis jenis-jenis konten yang diposting, interaksi audiens dengan konten tersebut, dan strategi yang diterapkan (seperti penggunaan hashtag, influencer, atau promosi), perusahaan dapat melihat sejauh mana Instagram berperan dalam upaya membangun brand awareness.

Menyediakan wawasan untuk mengoptimalkan penggunaan Instagram dalam strategi pemasaran perusahaan. Membantu perusahaan menilai kekuatan visual dan naratif Instagram dalam membangun kesadaran merek.

### **1.3 Metode Deskriptif**

Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau menguraikan suatu fenomena, kejadian, atau kondisi secara sistematis dan akurat. Metode ini berfokus pada pengumpulan data melalui observasi, wawancara, survei, atau analisis dokumen untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Menurut (Moleong, 2009) "Penelitian Deskriptif adalah penelitian dengan cara mengumpulkan data yang berupa kata – kata, gambar, dan bukan angka – angka merupakan suatu jenis pengumpulan data kualitatif deskriptif.

Semua data yang dikumpulkan tersebut merupakan kunci terhadap apa yang sudah diteliti”

(Sugiyono, 2013) ”Metode penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

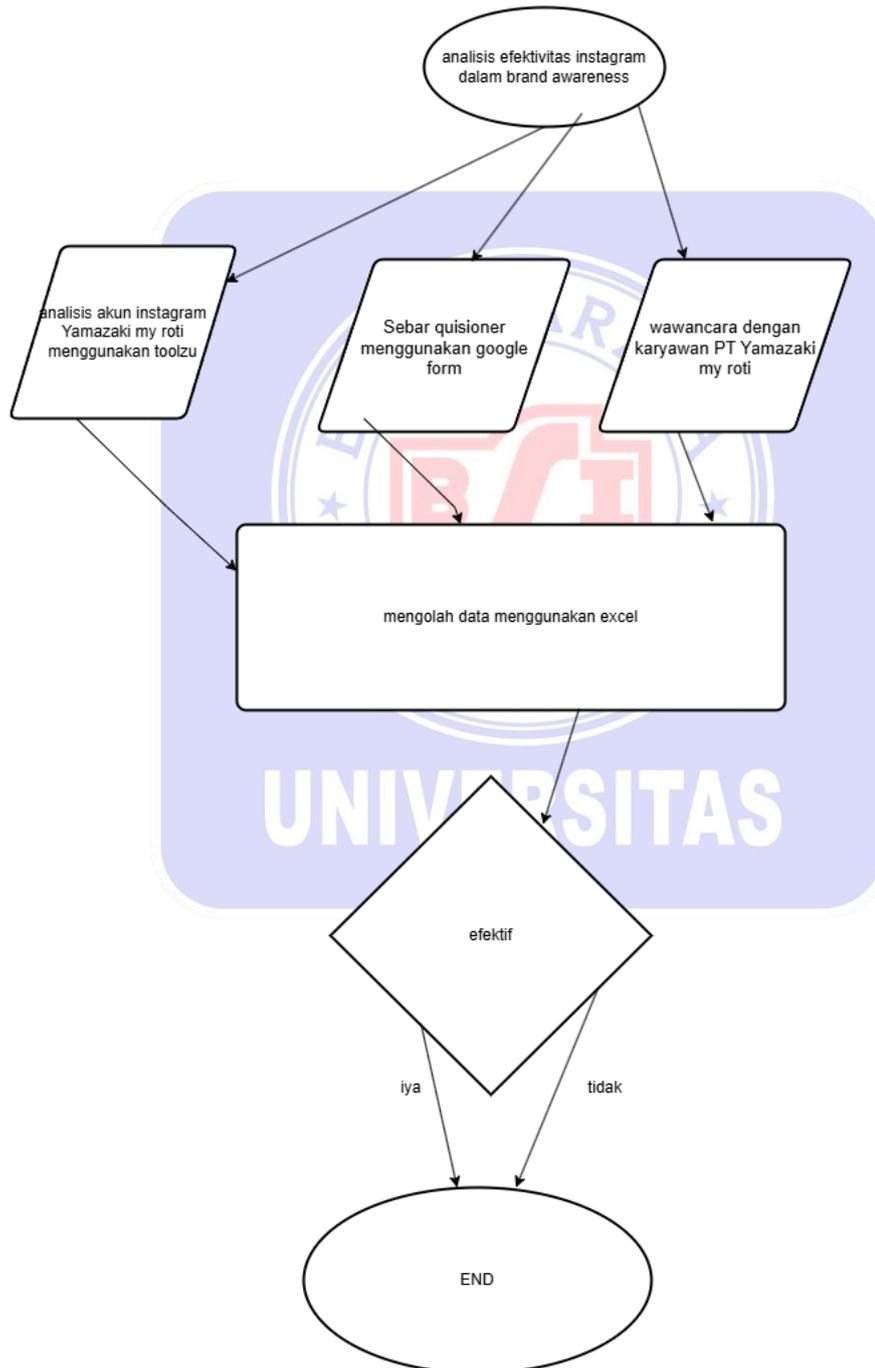


## BAB 2

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 2.1 Langkah Penelitian

Langkah – Langkah penelitian dalam bentuk flowchart



Sumber: Draw.io

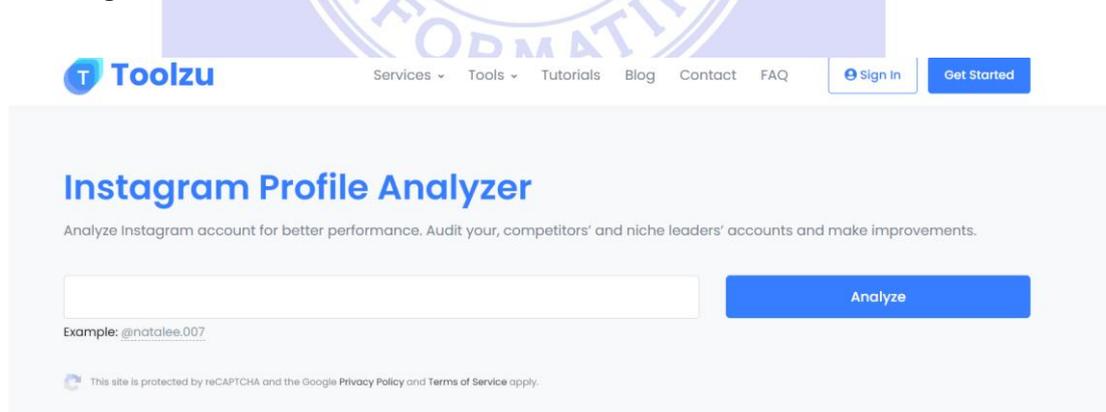
## 2.2 Tahapan Penelitian

Dalam penelitian ini, kami menganalisis akun Instagram serta konten dari Instagram @yamazaki.myroti, kemudian menyebarkan survei online melalui Google Form dan melakukan diskusi dengan pihak Yamazaki My Roti.

## 2.3 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif menggunakan instgram dan google form sebagai alat untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini dan untuk analisis akun instgramnya menggunakan toolzu

Toolzu adalah alat untuk menganalisis profil Instagram, fungsi alat ini adalah untuk mendapatkan profil Instagram akan ditampilkan berupa follower, jumlah postingan, seberapa sering posting dalam hari yang terpenting dapat melihat instagram engagement untuk seberapa sering audiens/follower ngelike, komentar dan share.



Sumber: toolzu.com

## **Metode pengumpulan Data, Populasi dan Sample Penelitian**

Metode pengumpulan data melalui toolzu data yang dikumpulkan adalah analisis akun Instagram @yamazakimyroti yaitu berupa engagement rate melihat jam ,hari akun Instagram tersebut memposting sebuah konten dan di toolzu ini bisa melihat postingan yang banyak di like dan komen

Pengumpulan data yang kedua yaitu melakukan quisioner melalui Google form dengan ketentuan dalam kurun waktu sehari menggunakan Instagram minimal 1 jam dan wajib menjawab 12 pertanyaan yaitu

jenis kelamin

usia

Lokasi

berapa lama anda menggunakan Instagram dalam sehari

seberapa efektif iklan Instagram mempengaruhi ingatan anda dalam merek tertentu

Apakah anda pernah membeli produk setelah melihat iklan di Instagram

Apakah anda merekomendasikan produk kepada(teman,keluarga,saudara) setelah melihat iklan di Instagram

Apakah anda sering membeli produk yamazaki my roti

Apakah anda mengenal merek yamazaki my roti

Apakah anda merasa lebih tertarik membeli yamazaki my roti jika ada promo di instagram

Menurut anda bagaimana kualitas konten yamazaki my roti

Apakah anda merasa yamazaki my roti memberikan informasi yang cukup tentang produk harga dan tempat membeli

Pengumpulan data terakhir adalah melalui wawancara tertutup oleh karyawan Yamazaki My Roti yaitu Bapak Opick Rachma selaku karyawan marketing yamazaki my roti, akan menjawab 3 pertanyaan yang akan diberikan

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan toolzu (instagram akun analyzer) terdapat engagement rate hanya 0,01% yang dimana setiap 100 postingan yang mendapatkan like komen share yang (postingan ada timbal balik) hanya 1 konten, apa yang menyebabkan engagement rate tersebut kecil?

Berdasarkan hasil survei kepada pengguna Instagram melalui Google form dengan pertanyaan apakah anda mengenal merek yamazaki my roti ada 45% responden menyatakan mengenal tetapi pada pertanyaan selanjutnya yang membeli hanya sedikit Bagaimana tanggapan anda tentang hal tersebut?

Pertanyaan terakhir apa strategi yamazaki my roti kedepannya untuk meningkatkan brand awarnes melalui aplikasi instagram

Jumlah populasi minimal dalam penelitian kualitatif tidak dapat di tentukan secara pasti akan tetapi menurut (Cresswell, 2014)) jumlah partisipan penelitian kualitatif 5-50 orang

Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian. Sampel harus representatif, artinya mencerminkan karakteristik populasi.

Metode yang akan digunakan untuk mengumpulkan data serta menjawab

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggabungkan semua variable yaitu engagement rate, quizioner Google form yang akan dioleh ke excel menjadi skala likert dan Kesimpulan dari wawancara kepada karyawan Yamzaki my roti.

### Populasi Penelitian

Populasi aktif dan memiliki Instagram, berusia 18 tahun sampe 55 tahun aktif dalam bermedia sosial di Instagram dengan minimal 1jam sehari sampel minimal 50 o orang dengan kriteria yang sudah disebutkan.

Pengertian populasi yang lebih kompleks adalah bahwa populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek itu. ((Amin & Khilmi, 2023))

Sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi. ((Amin & Khilmi, 2023))

Metode Analisis Data  
Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis Deskriptif, metode analisis ini termasuk analisis kuantitatif yang digunakan untuk mengidentifikasi tema atau pola yang muncul dari data yang terkumpul.

Pengumpulan data menggunakan quisioner dimana quisioner ini terdiri dari berberapa pertanyaan tentang PT Yamazaki MY Roti ataupun yang berkaitan dengan roti, selain itu mewawancarai karyawan yamazaki my roti dan juga observasi konten Instagram menggunakan toolzucom.

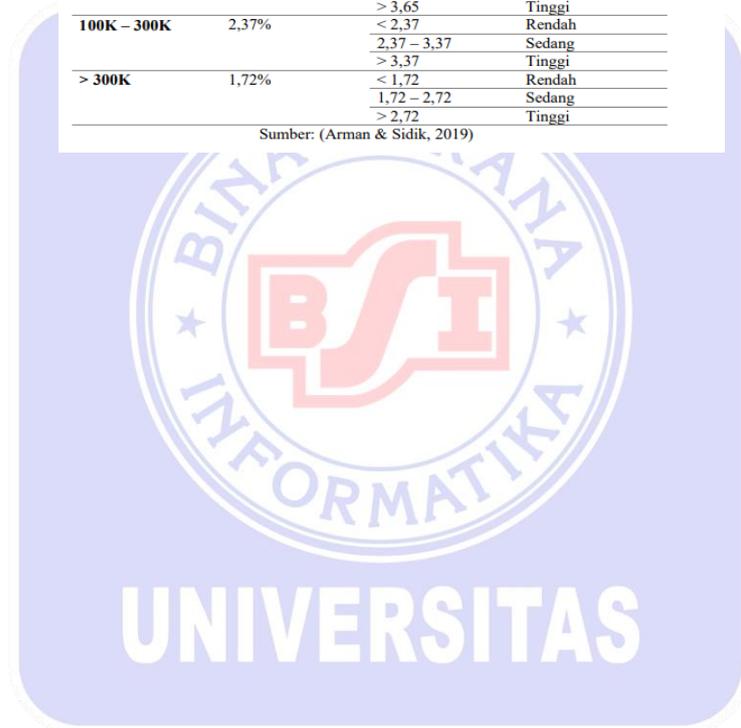
### Brand Engagement

Brand engagement dapat didefinisikan sebagai tingkat motivasi individu konsumen yang terkait dengan merek, yang dipengaruhi oleh konteks dan ditandai dengan tahapan spesifik, yakni kognitif, emosional, dan perilaku, yang berinteraksi langsung dengan merek tersebut. ((Rahadian & Rahman, 2023)

Tabel 1. Instagram Engagement Rate Standard [2]

Jumlah Follower	Rata-rata Engagement Rate	Rentang Engagement Rate	Kualitas Engagement Rate
< 5K	7,58%	< 7,58	Rendah
		7,58 – 8,58	Sedang
		> 8,58	Tinggi
< 5K – 20K	4,98%	< 4,98	Rendah
		4,98 – 5,98	Sedang
		> 5,98	Tinggi
20K – 100K	2,65%	< 2,65	Rendah
		2,65 – 3,65	Sedang
		> 3,65	Tinggi
100K – 300K	2,37%	< 2,37	Rendah
		2,37 – 3,37	Sedang
		> 3,37	Tinggi
> 300K	1,72%	< 1,72	Rendah
		1,72 – 2,72	Sedang
		> 2,72	Tinggi

Sumber: (Arman & Sidik, 2019)



## BAB 3

### HASIL PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Akun *Instagram*

Berdasarkan hasil analisis yang kita lakukan melalui platform toolzu.com pada tanggal 8 Januari 2025, Yamazaki my roti memiliki followers sebanyak 30.400, postingan sebanyak 1.100, untuk engagementnya hanya 0,01% dan rata-rata aktivitas pengguna 0,78%

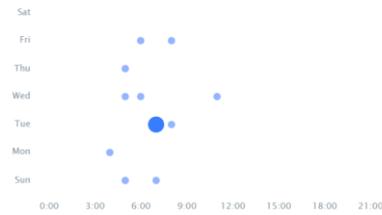


Berdasarkan hasil dari toolzu.com Yamazaki my roti berikut jumlah postingan yang dibuat melalui diagram terbanyak pada hari Selasa dan Rabu dan paling sedikit di hari Senin dan Kamis

Hastag yang sering digunakan adalah #yamazakiMYROTI dan yang kedua adalah #no1dijepang dan yang ketiga adalah #sahabatsetiapsaat Untuk kata caption terbanyak adalah “dengan” “yamazaki” “my Roti”

### Amount of posts

By weekday/time from the last 100 posts



### Most popular post day

From the last 100 posts



### Top #Hashtags

From the last 100 posts

#YamazakiMYROTI (13) #NoidJepang (12)  
#SahabatSetiapSaat (1) #RotiLembut (2)  
#HariAnakSedunia (2) #LembutBanyakPilihan (1)  
#KomenDapatCuan (1) #Lunchpack (1)  
#HappyNewYear2025 (1) #NewYear2025 (1)

### Top caption words

From the last 100 posts

dengan (15) Yamazaki (13) MYROTI (13)  
Cheese (8) lebih (8) Choco (8)  
Lunchpack (8) untuk (8) Ilburan (7)  
tahun (7)

### User's Interests

Top word matches in user descriptions

Sumber: <https://toolzu.com/profile-analyzer/instagram/>

Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah postingan dengan komentar terbanyak untuk kontennya yaitu di urutan pertama ada konten kuis temukan kalimat tersembunyi jumlah komentar 604 dan yang kedua ada konten mana roti favoritmu dengan jumlah komentar 30 yang ketiga ada challenge hari anak sedunia dengan jumlah komentar 26 dan yang terakhir konten tahun baru diusahakan apa dengan jumlah komentar 25.

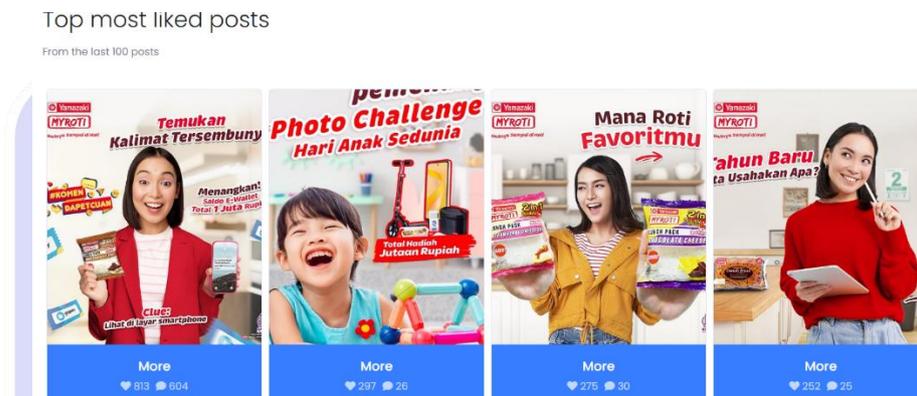
### Top most commented posts

From the last 100 posts



Sumber: <https://toolzu.com/profile-analyzer/instagram/>

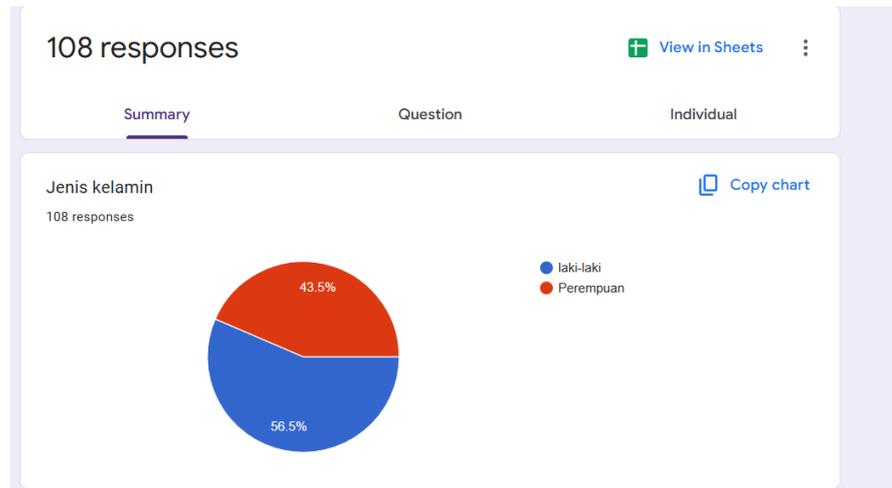
Berdasarkan hasil penelitian,berikut adalah postingan dengan like terbanyak di posisi pertama ada quiz temukan kalimat tersembunyi dengan jumlah like 813 dan yang kedua ada konten hari anak sedunia dengan jumlah like 297 dan posisi ketiga ada mana roti favoritmu dengan jumlah like 275 dan yang terakhir ada postingan tahun baru kita usahakan apa dengan jumlah like 252.



Sumber: <https://toolzu.com/profile-analyzer/instagram/>

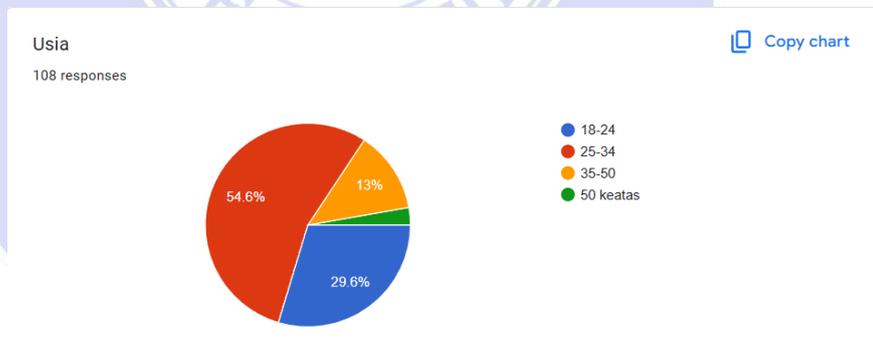
### 3.2 Hasil Survei dari Google Form

Hasil survey dari google form menunjukkan bahwa responden di dominasi oleh laki laki dengan 56,5%, sementara Perempuan hanya 43,5% untuk jumlah orang/responden yang bermain Instagram ada 63 orang laki – laki dan 45 orang perempuan



Sumber: *Google Form*

Untuk usia dari responden quisioner ini di dominasi oleh umur 25-34 tahun yaitu 54,6% dan untuk umur 18-24 tahun yaitu 29,6% dan untuk 35-50 tahun 13% dan untuk 50 tahun keatasnya tidak ada,



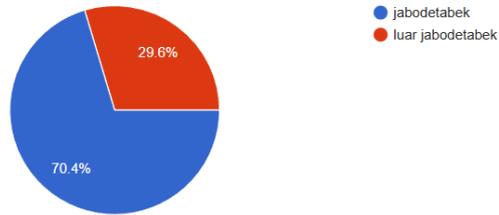
Sumber: *Google Form*

Lokasi dalam quisioner ini di dominasi oleh jabodetabek yaitu 70,4% dan untuk luar jabodetabek adalah 29,6%

lokasi

108 responses

 Copy chart



Sumber: *Google Form*

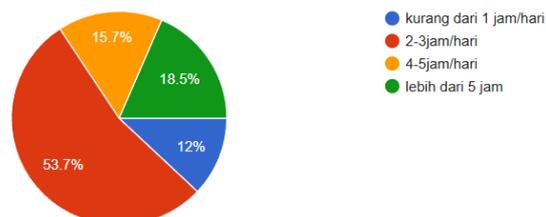
Pertanyaan berapa lama anda menggunakan Instagram dalam sehari? Ini sangat penting untuk menguji efektifitas Instagram dalam brand awareness jika kurang dari 1 jam maka dianggap tidak efektif karena responden tidak akan aware/sadar terhadap adanya iklan, produk ataupun konten.

untuk hasilnya yang kurang dari 1 jam adalah 12% yang akan dihilangkan dalam proses mengolah data di excel menjadi skala likert jika kita menghitung dari 108 orang responden maka 12 persennya adalah 13 orang yang tidak efektif mengikuti kuisioner ini dan yang efektifnya adalah 2-3jam sehari yaitu 53,7% , 4-5 jam sehari 15,7% dan yang terakhir ada lebih dari 5 jam 18,5%

Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari

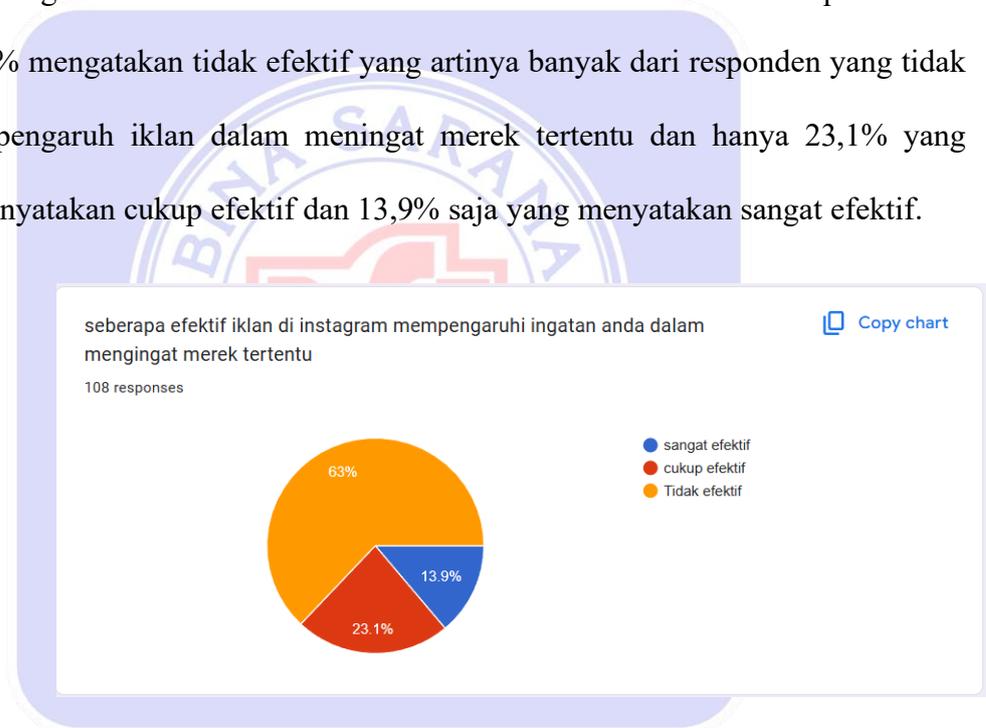
108 responses

 Copy chart



Sumber: *Google Form*

Pertanyaan seberapa efektif iklan di Instagram mempengaruhi ingatan anda dalam mengingat merek tertentu merupakan variable yang sangat penting dalam penelitian ini karena jika konsumen/responden mengingat merek hanya dalam melihat iklan saja itu berarti produk tersebut sudah sukses untuk meningkatkan kesadaran brand/brand awarenesss. Untuk hasil dari quisoner ini 63% mengatakan tidak efektif yang artinya banyak dari responden yang tidak terpengaruh iklan dalam meningat merek tertentu dan hanya 23,1% yang menyatakan cukup efektif dan 13,9% saja yang menyatakan sangat efektif.



Sumber: *Google Form*

Variable pertanyaan lainnya adalah apakah anda pernah membeli produk setelah melihat iklan di Instagram variable ini untuk mengukur apakah iklan dapat mempengaruhi Keputusan pengguna Instagram dalam membeli produk tertentu dan hasilnya adalah 47,2% menyatakan kadang kadang membeli produk setelah melihat iklan dan 39,8% yang tidak pernah membeli produk

setelah melihat iklan dan hanya 13% saja yang sering membeli produk setelah melihat iklan.



Sumber: *Google Form*

Untuk variabel pertanyaan apakah anda merekomendasikan produk kepada (teman, keluarga dan saudara setelah melihat iklan di instagram adalah untuk mengukur seberapa pengaruhnya iklan terhadap ajakan untuk merekomendasikan produk/jasa tertentu yang ada di iklan instagram 50% responden mengatakan kadang – kadang mereka merekomendasikan produk kepada teman keluarga dan saudara mereka setelah melihat iklan di instagram 39,8% mengatakan tidak pernah merekomendasikan, hanya 10,2% yang sering merekomendasikan produk kepada teman ,keluarga dan saudara.



Sumber: *Google Form*

Variable pertanyaan apakah anda mengenal merek yamazaki my roti untuk mengukur apakah responden sudah mengenal yamazaki my roti terlebih dahulu selain dari Instagram 45,4% responden tidak mengenal merek yamazaki my roti sementara 44,4% mengenal yamazaki my roti terlebih dahulu kemungkinan responden mengenalnya dari alfamart ataupun promo yang ada di alfamidi dan yang sangat mengenal yamazaki my roti hanya 10,2% .

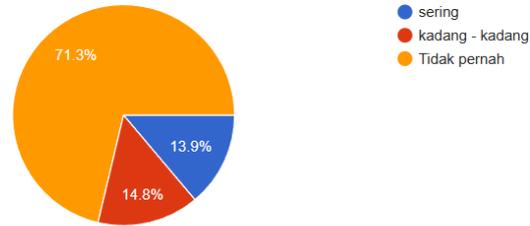


Pertanyaan keenam adalah apakah anda sering membeli produk Yamazaki My Roti, pertanyaan ini menunjukkan apakah responden sering membeli produk roti dari yamazaki tanpa kesadaran merek ataupun membeli karena promo dan ternyata responden mengenal/mengetahui yamazaki my roti tetapi tidak membelinya karena 71,3% orang tidak pernah membeli yamazaki my roti 14,8% kadang kadang membeli produk yamazaki my roti dan hanya 13,9% sering membeli produk yamazaki my roti.

Apakah anda sering membeli produk yamazaki my roti

[Copy chart](#)

108 responses



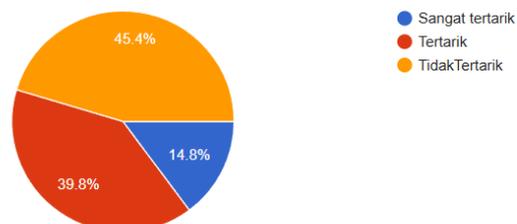
Sumber: *Google Form*

Pertanyaan ketujuh adalah menguji efektivitas promo di Instagram tanpa adanya iklan contohnya jika follow yamazaki my roti di Instagram akan mendapatkan potongan harga ataupun roti gratis dari yamazaki my roti tetapi hanya 39,8% yang tertarik untuk membeli produk yamazaki my roti jika ada promo di Instagram dan 45,4% yang tidak tertarik promo di Instagram kemungkinan karena ribet menggunakan hp Ketika berbelanja ataupun ribet karena mencari nama Instagram yamazaki my roti ataupun ingin buru-buru menyelesaikan belanja, hanya sedikit orang yang sangat tertarik yaitu 14,8% .

Apakah Anda merasa lebih tertarik untuk membeli produk Yamazaki MY Roti jika ada promo di Instagram

[Copy chart](#)

108 responses



Sumber: *Google Form*

Pertanyaan kedelapan ini untuk mengukur kualitas dari postingan instagram yamazaki my roti apakah lebih baik dari produk roti lain ataupun tidak pernah melihat postingannya 60,2% mengatakan tidak baik bahkan tidak pernah melihat postingan dari yamazaki my roti masuk di daftar pencarian responden dan hanya 31,5% yang kemungkinan mengetahui konten yamazaki my roti sama baiknya dengan konten produk merek roti lainnya dan hanya 8,3% yang membandingkan lebih baik dari pada konten merek roti lainnya.



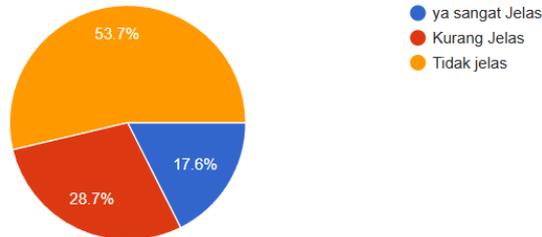
Sumber: *Google Form*

Pertanyaan kesepuluh ini setelah responden melihat konten instagram di @yamazaki.myroti untuk mengukur dalam postingan Instagram memuat informasi produk harga dan tempat membeli juga termasuk responden mengetahui konten yamazaki atau tidak. 53,7% tidak jelas dan tidak pernah mengetahui konten ataupun informasi tentang yamazaki my roti, 28,7% kurang jelas dengan apa maksud dari konten/informasi Instagram yamazaki my roti dan 17,6% ya sangat jelas mengetahui informasi/konten dari yamazaki my roti

Apakah Anda merasa Instagram Yamazaki My Roti memberi informasi yang cukup tentang produk, harga, dan tempat membeli?

 Copy chart

108 responses



Sumber: *Google Form*

### 3.3 Mengolah data di *Microsoft Excel*

Gambar berikut merupakan data populasi responden berjumlah 108 responden yang ditandai merah merupakan responden tidak efektif karena menggunakan Instagram kurang dari 1 jam perhari dan jumlah responden yang tidak efektif ada 13 orang.

Jenis kelamin	Usia	pekerjaan	berapa lama anda menggunakan instagram di	Seberapa sering anda melihat iklan di instagra	Apakah anda pernah membeli produk setelah	seberapa efektif iklan di instagram mempengaruhi
laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak pernah	Tidak pernah	cukup efektif
laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak pernah	kadang-kadang	Tidak efektif
laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Kadang-kadang	kadang-kadang	cukup efektif
Perempuan	25-34	jabodetabek	kurang dari 1 jam/hari	tidak pernah	kadang-kadang	Tidak efektif
Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kadang-kadang	Tidak pernah	Tidak efektif
Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak pernah	kadang-kadang	Tidak efektif
Perempuan	25-34	jabodetabek	kurang dari 1 jam/hari	tidak pernah	Tidak pernah	Tidak efektif
laki-laki	25-34	kuar jabodetabek	kurang dari 1 jam/hari	tidak pernah	kadang-kadang	Tidak efektif
laki-laki	35-50	kuar jabodetabek	4-5jam/hari	tidak pernah	Tidak pernah	cukup efektif
laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	tidak pernah	kadang-kadang	Tidak efektif
Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak pernah	Tidak pernah	Tidak efektif
Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak pernah	kadang-kadang	Tidak efektif
Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Kadang-kadang	Tidak pernah	Tidak efektif
Perempuan	18-24	kuar jabodetabek	4-5jam/hari	tidak pernah	Tidak pernah	Tidak efektif
Perempuan	30 keatas	jabodetabek	kurang dari 1 jam/hari	tidak pernah	kadang-kadang	Tidak efektif
laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	tidak pernah	kadang-kadang	Tidak efektif
Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak pernah	kadang-kadang	Tidak efektif
laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sering	sering	sangat efektif
Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sering	sering	sangat efektif
Perempuan	25-34	jabodetabek	kurang dari 1 jam/hari	tidak pernah	Tidak pernah	Tidak efektif
laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak pernah	kadang-kadang	Tidak efektif

Sumber: *Penelitian Penulis*

Contoh hasil data yang sudah efektif dengan menggunakan Instagram lebih dari 1 jam jumlah respondennya 95 orang.

1	Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Seberapa sering anda melihat iklan di instagram	Apakah
72	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	tidak pernah	kade
73	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak pernah	kade
74	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak pernah	Tida
75	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	tidak pernah	kade
76	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak pernah	kade
77	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	tidak pernah	Tida
78	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	tidak pernah	kade
79	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak pernah	Tida
80	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak pernah	kade
81	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak pernah	Tida
82	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak pernah	kade
83	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Kadang- kadang	kade
84	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kadang- kadang	Tida
85	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak pernah	kade
86	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	tidak pernah	Tida
87	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	tidak pernah	kade
88	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak pernah	Tida
89	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	tidak pernah	kade
90	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Kadang- kadang	Tida
91	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	tidak pernah	Tida
92	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	tidak pernah	kade
93	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak pernah	kade
94	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sering	serir
95	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sering	serir
96	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak pernah	kade

Sumber: *Penelitian Penulis*

### Jenis kelamin responden

Berdasarkan jenis kelamin ada 55 orang yang dominan laki laki dalam responden ini.

50	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
59	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
60	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
61	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
62	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
66	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
69	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
71	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
72	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
74	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
75	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
76	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
78	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
79	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
80	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
81	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
82	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
83	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
85	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
86	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
87	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
92	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
94	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
96	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
99		55			
100					

Sumber: *Penelitian Penulis*

Untuk jenis kelamin Perempuan ada 40 orang dalam responden ini

Jadi total dalam respondennya ada 95.

29	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
30	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
31	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
32	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
36	Perempuan	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
41	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
42	Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
48	Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
49	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
50	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
51	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
55	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
63	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
64	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
65	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
67	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
68	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
70	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
73	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
77	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
84	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
88	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
89	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
90	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
91	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
93	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
95	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
100	40				

Sumber: *Penelitian Penulis*

### Usia Responden

1. Untuk usia 18-24 tahun ada 27 orang yang mengikuti responden ini.

1	Jenis kelamin	Usia	lokasi
2	Perempuan	18-24	jabodetabek
5	laki-laki	18-24	jabodetabek
10	Perempuan	18-24	jabodetabek
17	laki-laki	18-24	jabodetabek
20	laki-laki	18-24	jabodetabek
21	laki-laki	18-24	luar jabodetabek
24	laki-laki	18-24	jabodetabek
25	laki-laki	18-24	jabodetabek
28	Perempuan	18-24	luar jabodetabek
34	laki-laki	18-24	luar jabodetabek
36	Perempuan	18-24	jabodetabek
42	Perempuan	18-24	jabodetabek
48	Perempuan	18-24	jabodetabek
49	Perempuan	18-24	luar jabodetabek
50	Perempuan	18-24	luar jabodetabek
52	laki-laki	18-24	jabodetabek
56	laki-laki	18-24	jabodetabek
57	laki-laki	18-24	luar jabodetabek
58	laki-laki	18-24	jabodetabek
60	laki-laki	18-24	jabodetabek
61	laki-laki	18-24	jabodetabek
67	Perempuan	18-24	luar jabodetabek
68	Perempuan	18-24	luar jabodetabek
72	laki-laki	18-24	luar jabodetabek
75	laki-laki	18-24	luar jabodetabek
83	laki-laki	18-24	jabodetabek
91	Perempuan	18-24	luar jabodetabek
100		27	

2. Untuk survey online ini di dominasi umur 25-34 tahun yaitu ada 54 orang responden.

	A	B	C	D	
63	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
64	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
66	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
69	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
70	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
71	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
73	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
74	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
76	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
78	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
79	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
80	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
81	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
82	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
84	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
85	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
87	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
89	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
93	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
94	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
95	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
96	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
100		54			

Sumber: *Penelitian Penulis*

3. Untuk usia 35-50 tahun ada 14 orang responden.

1	Jenis kelamin	Usia	Lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah Anda merasa lebih ter
4	Perempuan	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
6	Perempuan	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
8	laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
32	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
38	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
46	laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
53	laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
65	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
77	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
86	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
88	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
90	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
92	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
100		14			

Sumber: *Penelitian Penulis*

Untuk total respondennya dari umur 18-50 tahun adalah 95 orang.

## Lokasi Responden

Untuk wilayah/Lokasi ada 69 orang yang berasal dari jabodetabek.

	A	B	C	D	
61	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
62	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
71	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
73	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
76	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
78	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
79	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
80	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
81	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
82	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
83	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
84	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
85	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
87	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
89	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
90	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
92	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
93	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
94	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
95	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
96	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
101			69		
102					

Sumber: *Penelitian Penulis*

Diluar jabodetabek ada 26 orang responden

1	Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah Anda merasa lebih tertarik
12	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
19	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Sangat tertarik
21	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
28	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
34	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
39	laki-laki	50 keatas	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
40	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
47	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
49	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
50	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
57	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
63	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
64	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
65	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
66	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
67	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
68	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
69	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
70	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
72	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
74	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
75	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
77	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
86	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
88	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
91	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
101			26		

Sumber: *Penelitian Penulis*

## Rata-rata penggunaan Instagram/hari(aktif menggunakan Instagram)

58 orang responden yang menggunakan *instagram* 2-3jam/hari

	A	B	C	D	
40	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
41	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
43	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
44	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
45	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
46	laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
47	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
53	laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
54	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
56	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
59	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
59	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
60	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
61	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
62	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
63	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
65	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
66	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
67	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
70	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
71	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
72	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
75	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
80	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
84	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
85	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
93	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
96	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
101	58 orang				

Sumber: *Penelitian Penulis*

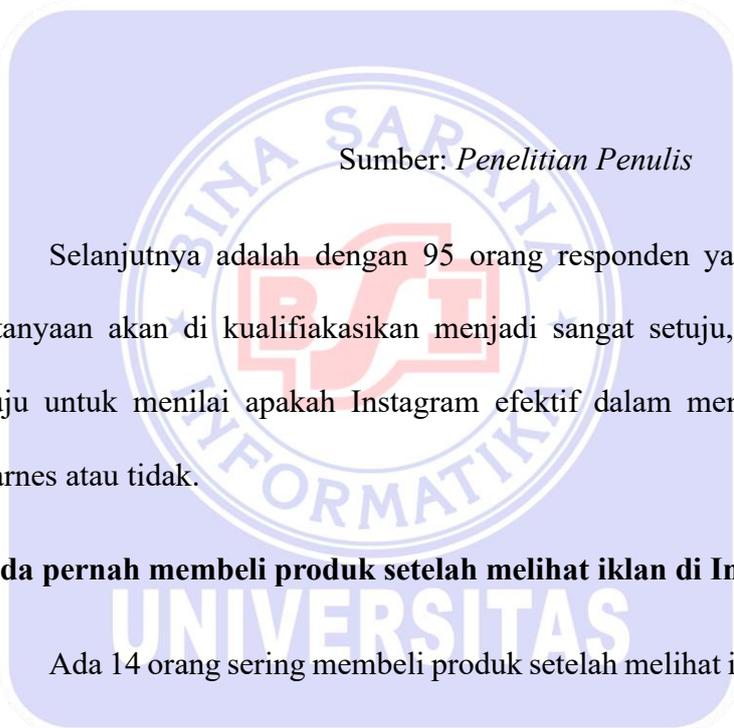
17 orang responden menggunakan Instagram 4-5jam/hari.

	Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah Anda merasa
4	Perempuan	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
6	Perempuan	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
19	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Sangat tertarik
34	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
38	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
39	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
50	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
51	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
57	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
69	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
77	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
78	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
86	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
87	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
89	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
91	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
92	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
101	17 orang				

Sumber: *Penelitian Penulis*

20 orang responden menggunakan Instagram lebih dari 5 jam/hari

1	Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah Anda merasa lebih ter
29	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
32	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
42	Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
48	Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
49	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
52	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
55	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
64	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
68	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
73	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
74	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
76	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
79	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
81	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
82	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
83	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
88	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
90	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
94	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
95	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
101				20 orang	



A	B	C	D	E	
Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah anda pernah membeli produk setelah melihat iklan di instagram	
1	Perempuan	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
1	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
1	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
1	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
7	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
0	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
4	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
5	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
2	Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sering
3	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
4	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	sering
8	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	sering
4	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sering
5	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sering
7					
8				Total 14	

Sumber: *Penelitian Penulis*

	A	B	C	D	E
51	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	kadang-kadang
53	laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
56	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
57	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	kadang-kadang
59	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
60	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
63	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
66	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
69	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	kadang-kadang
70	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
71	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
72	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
73	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	kadang-kadang
75	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
76	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	kadang-kadang
78	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	kadang-kadang
80	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
82	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	kadang-kadang
83	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	kadang-kadang
85	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
87	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	kadang-kadang
89	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	kadang-kadang
92	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	kadang-kadang
93	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
96	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang-kadang
97					
98					Total 44

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 44 orang kadang-kadang membeli produk setelah melihat iklan di instagram.

	A	B	C	D	E
37	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
38	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
39	laki-laki	50 keatas	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
40	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
41	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
45	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
48	Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
49	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
50	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
52	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
54	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
55	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
58	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
61	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
62	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
65	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
67	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
74	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
77	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
79	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
81	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
84	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
86	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
88	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
90	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
91	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
97					
98					Total 37

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 37 orang tidak pernah membeli produk setelah melihat iklan di instagram.

	B	C	D	E
1	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah anda merekomendasikan produk kepada (teman, keluarga dan saudara) setelah melihat iklan di instag
3	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
7	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
8	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
9	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
17	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
24	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
26	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
42	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sering
68	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sering
94	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sering
95	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sering
97				
98				Total 11

Sumber: *Penelitian Penulis*

Dapat disimpulkan bahwa kadang kadang orang membeli produk setelah melihat iklan di Instagram.

**seberapa efektif iklan di Instagram dalam mempengaruhi ingatan anda dalam mengingat merek tertentu**

	A	B	C	D	E
1	Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	seberapa efektif iklan di instagram mempengaruhi ingatan anda dalam mengingat merek tertentu
2	Perempuan	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat efektif
3	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat efektif
4	Perempuan	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	sangat efektif
7	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat efektif
9	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat efektif
17	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat efektif
20	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat efektif
24	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat efektif
25	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat efektif
42	Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sangat efektif
43	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat efektif
63	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	sangat efektif
68	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	sangat efektif
94	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sangat efektif
95	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sangat efektif
97					
98					Total 15

Sumber: *Penelitian Penulis*

15 orang memilih sangat efektif

	A	B	C	D	E
1	Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	seberapa efektif iklan di instagram mempengaruhi ingatan anda dalam mengingat merek tertentu
5	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
6	Perempuan	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	cukup efektif
8	laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
10	Perempuan	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
11	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
12	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
13	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
14	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
16	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
26	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
27	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
31	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
32	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	cukup efektif
55	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	cukup efektif
57	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	cukup efektif
62	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
64	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	cukup efektif
66	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
67	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	cukup efektif
69	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	cukup efektif
73	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	cukup efektif
81	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	cukup efektif
83	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	cukup efektif
86	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	cukup efektif
98					Total 24
99					
100					
101					

Ada 24 orang memilih cukup efektif

	A	B	C	D	E
54	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
56	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
58	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
59	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
60	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
61	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
65	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
70	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
71	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
72	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
74	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak efektif
75	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
76	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak efektif
77	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak efektif
78	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak efektif
79	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak efektif
80	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
82	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak efektif
84	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
85	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
87	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak efektif
88	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak efektif
89	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak efektif
90	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak efektif
91	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak efektif
92	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak efektif
93	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
96	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak efektif
98					
					Total 56

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 56 orang yang memilih tidak efektif

Dapat disimpulkan bahwa Instagram tidak efektif dalam mempengaruhi ingatan dalam merk tertentu.

apakah anda merekomendasikan produk kepada (teman,keluarga,saudara) setelah melihat iklan di instagram

	B	C	D	E
1	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah anda merekomendasikan produk kepada(teman,keluarga dan saudara) setelah melihat iklan di instag
3	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
7	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
8	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
9	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
17	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
24	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
26	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Sering
42	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sering
68	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sering
94	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sering
95	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sering
97				
98				
oo				
				Total 11

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 11 orang yang sering merekomendasikan produk kepada(teman,keluarga,saudara) setelah melihat iklan di instagram.

	B	C	D	E	F
37	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
38	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	kadang kadang	
39	50 keatas	luar jabodetabek	4-5jam/hari	kadang kadang	
41	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
43	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
44	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
45	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
47	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
50	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	kadang kadang	
57	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	kadang kadang	
58	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
60	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
61	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
62	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
63	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
64	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	kadang kadang	
65	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
66	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
70	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
72	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
75	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
76	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	kadang kadang	
79	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	kadang kadang	
84	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
87	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	kadang kadang	
88	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	kadang kadang	
93	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
96	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang kadang	
97					
98				Total 50	
99					

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 50 orang kadang-kadang merekomendasikan produk kepada(teman,keluarga,saudara) setelah melihat iklan di Instagram.

	B	C	D	E
49	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
51	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
52	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
53	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
54	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
55	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
56	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
59	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
67	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
69	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
71	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
73	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
74	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
77	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
78	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
80	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
81	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
82	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
83	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
85	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
86	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
89	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
90	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
91	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
92	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
97				
98				Total 34

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 34 orang tidak pernah merekomendasikan produk kepada(teman,keluarga,saudara) setelah melihat iklan di Instagram.

Dapat disimpulkan bahwa kadang kadang responden merekomendasikan produk yang di iklankan di instagram.

**Apakah anda sering membeli produk yamazaki my roti?**

Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah anda sering membeli produk yamazaki my roti
Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sering
Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sering
Perempuan	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	sering
Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	sering
laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sering
Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sering
				15 orang

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 15 orang responden yang sering membeli produk yamazaki my roti.

Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah anda sering membeli produk yamazaki my roti
Perempuan	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang - kadang
Perempuan	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	kadang - kadang
Perempuan	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	kadang - kadang
Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang - kadang
Perempuan	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang - kadang
laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang - kadang
Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang - kadang
laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang - kadang
Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	kadang - kadang
laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	kadang - kadang
Perempuan	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	kadang - kadang
laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang - kadang
laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	kadang - kadang
Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	kadang - kadang
Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	kadang - kadang
Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	kadang - kadang
				16 orang

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 16 orang responden yang kadang kadang membeli produk yamazaki my roti.

	A	B	C	D	E
58	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
59	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
61	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
62	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
65	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
67	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
69	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
70	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
71	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
73	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
74	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
75	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
76	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
77	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
78	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
79	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
80	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
81	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
82	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
83	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak pernah
84	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
85	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
86	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
87	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
91	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
92	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak pernah
93	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
96	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak pernah
97					64 orang

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 64 orang responden yang tidak pernah membeli produk yamazaki my roti.

Dapat disimpulkan bahwa responden tidak pernah membeli produk yamazaki my roti.

**Apakah anda mengenal merek yamazaki my roti**

	A	B	C	D	E
1	Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah anda mengenal merek Yamazaki My Roti
5	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat mengenal
9	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat mengenal
16	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat mengenal
17	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat mengenal
20	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat mengenal
26	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sangat mengenal
42	Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sangat mengenal
63	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	sangat mengenal
65	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	sangat mengenal
94	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sangat mengenal
95	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sangat mengenal
97					
98					
99					Total 11

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 11 orang yang sangat mengenal merek yamazaki my roti.

	A	B	C	D	E
34	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	mengenal
36	Perempuan	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
37	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
39	laki-laki	50 keatas	luar jabodetabek	4-5jam/hari	mengenal
40	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
41	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
45	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
47	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
50	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	mengenal
52	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	mengenal
57	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	mengenal
60	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
61	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
62	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
64	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	mengenal
67	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
68	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	mengenal
69	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	mengenal
71	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
72	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
82	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	mengenal
83	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	mengenal
84	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
96	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	mengenal
97					
98					
99					Total 42

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 42 orang yang mengenal merek yamazaki my roti.

	A	B	C	D	E
56	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak mengenal
58	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak mengenal
59	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak mengenal
66	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	tidak mengenal
70	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	tidak mengenal
73	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak mengenal
74	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak mengenal
75	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	tidak mengenal
76	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak mengenal
77	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	tidak mengenal
78	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	tidak mengenal
79	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak mengenal
80	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak mengenal
81	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak mengenal
85	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak mengenal
86	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	tidak mengenal
87	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	tidak mengenal
88	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak mengenal
89	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	tidak mengenal
90	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	tidak mengenal
91	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	tidak mengenal
92	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	tidak mengenal
93	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	tidak mengenal
97					
98					
99					Total 42

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 42 orang yang tidak mengenal merek yamazaki my roti.

Dapat disimpulkan bahwa 42 orang yang mengenal yamazaki dan tidak mengenal yamazaki my roti.

**Apakah anda merasa lebih tertarik untuk membeli produk yamazaki my roti jika ada promo di instagram**

#	A	B	C	D	E
1	Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah Anda merasa lebih tertarik untuk membeli produk Yamazaki MY Roti jika ada promo di instagram
3	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
5	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
9	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
17	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
19	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Sangat tertarik
20	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
21	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
24	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
25	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
26	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
28	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
35	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
42	Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
63	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Sangat tertarik
94	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
95	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Sangat tertarik
97					
98					Total 16
99					

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 16 orang yang sangat tertarik untuk membeli produk yamazaki my roti jika ada promo di instagram.

#	A	B	C	D	E
38	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
39	laki-laki	50 keatas	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
43	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
44	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
46	laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
51	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
53	laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
55	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
56	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
58	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
62	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
64	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
65	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
66	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
67	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
68	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
70	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
75	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
79	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
80	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tertarik
82	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
87	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
90	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tertarik
92	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tertarik
97					
98					Total 38

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 38 orang yang tertarik untuk membeli produk yamazaki my roti jika ada promo di Instagram.

	A	B	C	D	E
47	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
48	Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
49	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
50	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
52	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
54	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
57	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
59	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
60	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
61	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
69	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
71	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
72	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
73	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
74	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
76	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
77	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
78	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
81	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
83	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
84	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
85	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
86	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
88	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	TidakTertarik
89	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
91	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	TidakTertarik
93	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
96	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	TidakTertarik
97					
98					
					Total 41

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 41 orang yang tidak tertarik untuk membeli produk yamazaki my roti jika ada promo di Instagram.

Kesimpulannya banyak dari responden yang tidak tertarik membeli produk yamazaki my roti jika ada promo di Instagram.

**Menurut anda, bagaimana kualitas konten yamazaki my roti jika dibandingkan dengan merk roti yang lain**

	A	B	C	D	E
1	Jenis kelamin	Usia	lokasi	berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Menurut Anda, bagaimana kualitas konten Instagram Yamazaki My Roti dibandingkan dengan merek roti lain?
3	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	lebih baik
5	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	lebih baik
6	Perempuan	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	lebih baik
9	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	lebih baik
10	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	lebih baik
11	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	lebih baik
12	Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	lebih baik
14	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	lebih baik
15	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	lebih baik
17					9 orang

Sumber: *Penelitian Penulis*

Ada 9 orang responden mengatakan lebih baik.

	A	B	C	D	E
29	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sama baik
32	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sama baik
33	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sama baik
34	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	sama baik
35	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sama baik
43	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sama baik
47	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	sama baik
51	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	sama baik
55	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sama baik
60	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sama baik
61	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	sama baik
63	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	sama baik
68	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	sama baik
71	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sama baik
76	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sama baik
78	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	sama baik
83	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	sama baik
84	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sama baik
96	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	sama baik
97					31 orang
98					

Sumber: *Penelitian Penulis*

31 orang responden mengatakan sama baik.

	A	B	C	D	E
58	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak baik
59	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak baik
62	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak baik
64	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak baik
65	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak baik
66	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak baik
67	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak baik
69	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak baik
70	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak baik
72	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak baik
73	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak baik
74	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak baik
75	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak baik
77	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak baik
79	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak baik
80	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak baik
81	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak baik
82	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak baik
85	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak baik
86	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak baik
87	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak baik
88	Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak baik
89	Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak baik
90	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak baik
91	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak baik
92	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak baik
93	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak baik
97					55 orang

55 orang responden mengatakan tidak baik/tidak pernah melihat

Kesimpulannya adalah responden tidak pernah melihat konten dari yamazaki my roti yang muncul di pencarian instagram/feed Instagram.

## Apakah anda merasa instagram yamazaki my roti memberikan informasi yang cukup tentang produk,harga,dan tempat membeli

Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah Anda merasa Instagram Yamazaki My Roti memberi informasi yang cukup tentang produk, harga, dan tempat membeli
1 Perempuan	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
2 Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
3 Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
4 Perempuan	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	ya sangat Jelas
5 laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
6 Perempuan	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	ya sangat Jelas
7 Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
9 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
17 laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
20 laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
24 laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
25 laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
26 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
35 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
42 Perempuan	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	ya sangat Jelas
43 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	ya sangat Jelas
64 Perempuan	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	ya sangat Jelas
68 Perempuan	18-24	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	ya sangat Jelas
94 laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	ya sangat Jelas
95 Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	ya sangat Jelas
97				

19 orang

Sumber: Penelitian Penulis

19 orang responden yang mengatakan ya sangat jelas.

Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah Anda merasa Instagram Yamazaki My Roti memberi informasi yang cukup tentang produk, harga, dan tempat membeli
8 laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
12 Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
13 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
14 Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
16 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
19 Perempuan	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Kurang Jelas
21 laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
22 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
28 Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
30 Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
31 Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
36 Perempuan	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
47 laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
50 Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Kurang Jelas
53 laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
55 Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Kurang Jelas
56 laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
59 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
62 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
65 Perempuan	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
67 Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
77 Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Kurang Jelas
85 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
88 Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Kurang Jelas
89 Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Kurang Jelas
97				

25 orang

Sumber: Penelitian Penulis

Jenis kelamin	Usia	lokasi	Berapa lama anda menggunakan instagram dalam sehari	Apakah Anda merasa Instagram Yamazaki My Roti memberi informasi yang cukup tentang produk, harga, dan tempat membeli
8 laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
12 Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
13 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
14 Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
16 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
19 Perempuan	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Kurang Jelas
21 laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
22 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
28 Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
30 Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
31 Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
36 Perempuan	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
47 laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
50 Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Kurang Jelas
53 laki-laki	35-50	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
55 Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Kurang Jelas
56 laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
59 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
62 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
65 Perempuan	35-50	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
67 Perempuan	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
77 Perempuan	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Kurang Jelas
85 laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Kurang Jelas
88 Perempuan	35-50	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Kurang Jelas
89 Perempuan	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Kurang Jelas
97				

25 orang

Sumber: Penelitian Penulis

25 orang responden mengatakan kurang jelas.

	A	B	C	D	E
57	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak jelas
58	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
60	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
61	laki-laki	18-24	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
63	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
66	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
69	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak jelas
70	Perempuan	25-34	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
71	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
72	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
73	Perempuan	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak jelas
74	laki-laki	25-34	luar jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak jelas
75	laki-laki	18-24	luar jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
76	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak jelas
78	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak jelas
79	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak jelas
80	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
81	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak jelas
82	laki-laki	25-34	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak jelas
83	laki-laki	18-24	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak jelas
84	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
86	laki-laki	35-50	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak jelas
87	laki-laki	25-34	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak jelas
90	Perempuan	35-50	jabodetabek	lebih dari 5 jam	Tidak jelas
91	Perempuan	18-24	luar jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak jelas
92	laki-laki	35-50	jabodetabek	4-5jam/hari	Tidak jelas
93	Perempuan	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
96	laki-laki	25-34	jabodetabek	2-3jam/hari	Tidak jelas
97					51 orang

Sumber: *Penelitian Penulis*

51 orang mengatakan tidak jelas/tidak tau

Dapat disimpulkan bahwa responden tidak mengetahui yamazaki my roti karena tidak ada postingan, konten, iklan yang ada di beranda responden.

### 3.4 Wawancara Pihak PT Yamazaki My Roti

Pada pengumpulan data ini kami melakukan wawancara tertutup kepada pihak yamazaki my roti dengan bapak opick rachma selaku marketing yamazaki my roti dan inilah pertanyaan dan jawaban dari hasil wawancara tertutup.

Berikut adalah beberapa pertanyaan yang kami ajukan dan beserta jawaban dari bapak opick rachma, selaku divisi marketing PT Yamazaki My Roti.

1) Berdasarkan hasil penelitian menggunakan toolzu (instagram akun analizer) terdapat engagement rate hanya 0,01% yang dimana setiap 100 postingan yang mendapatkan like komen share yang (postingan ada timbal balik) hanya 1 konten, apa yang menyebabkan engagement rate tersebut kecil?

Jawaban: untuk pertanyaan tersebut kita sudah evaluasi dengan tim kenapa dari 100 postingan hanya 1 yang mendapatkan like komentar share yang seimbang dikarenakan upload di waktu jam orang sibuk yaitu pada waktu 8pagi sampe jam 11 siang dan jam 13 siang sampe jam 16 sore jadi tidak ada yang melihat dan postingan tersebut tertimbun dibawah postingan yang baru.

2) Berdasarkan hasil survei kepada pengguna Instagram melalui Google form dengan pertanyaan apakah anda mengenal merek yamazaki my roti ada 45% responden menyatakan mengenal tetapi pada pertanyaan selanjutnya yang membeli hanya sedikit Bagaimana tanggapan anda tentang hal tersebut?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut ketika saya terjun kelapangan menghadiri event yang ada masyarakat yang banyak hampir sebagian dari mereka mengira yamazaki my roti ini adalah produk alfa padahal yamazaki my roti ini bukan produk alfa tetapi produk dari jepang memang untuk penjualan dan promosi kita terbanyak di alfamart tetapi orang tidak mengenal yamazaki nya orang orang hanya mengenal my roti.

3) Pertanyaan terakhir apa strategi yamazaki my roti kedepannya untuk meningkatkan brand awarnes melalui aplikasi instagram

Jawaban Untuk strategi kedepannya dalam meningkatkan brand awarnes kita akan membuat promo di alfamart seperti promo tebus murah tetapi kasirnya wajib mengedukasi ke kostumer bawah yamazaki my roti brand roti nomor 1 di Jepang sedang ada promo misalnya untuk promo roti tawar funwari tebus 10ribu roti ini sangat lembut walaupun ada kulitnya untuk instagram kita akan membuat quiz setiap bulannya karena dari laporan hasil evaluasi instagram konten quiz merupakan konten yang sangat bagus untuk

menaikkan brand awarnes karena dengan ketentuan quiz tersebut harus mengajak teman untuk follow akun yamazaki my roti dan share di instagram story.

Kesimpulan dalam wawancara tertutup ini adalah yamazaki my roti berfokus pada promo di alfamart untuk meningkatkan brand awarness.

Hasil dari semua pembahasan di atas,berdasarkan 3 poin,yaitu:

a)Enggament rate instagram yamazaki my roti hanya0,01%(1%) dengan followers 30ribu tidak efektif karena dari 100 postingan hanya 1 postingan saja yang mendapatkan like,komentar,dan bagikan yang seimbang(interaksi terhadap audiens nya sangat aktif

b)Berdasarkan survei online dari 95 orang responden rata rata jawabannya adalah tidak efektif untuk menggunakan instagram untuk meningkatkan brand awarness

c)Berdasarkan hasil wawancara yamazaki my roti berfokus kepada promo di alfamart bukan promo di instagram

Kesimpulannya dari 3 poin pembahasan,bahwa meningkatkan brand awarnes menggunakan instagram bagi PT Yamazaki My Roti tidak efektif.

## BAB 4

### PENUTUP

#### 4.1 Kesimpulan

Dari analisa dan pembahasan ada 3 point

1. Engagement rate Instagram yamazaki my roti hanya 1%(0,01%) artinya dari 100 postingan di akun Instagram yamazaki my roti hanya ada 1 postingan yang mendapatkan like,coment dan share yang sama, nilai ini tidak memenuhi Instagram engagement rate standard untuk 30ribu follower seharusnya 2,65% untuk dapat dikatakan efektif
2. Berdasarkan hasil survey responden online 95 orang rata rata menjawab tidak tertarik,tidak pernah bahkan tidak tertarik untuk promo di Instagram jadi untuk point kedua tidak efektif
3. Melakukan wawancara tertutup dengan salah satu karyawan yamazaki my roti untuk Kesimpulan wawancaranya adalah yamazaki my roti tidak memfokuskan brand awarnes melalui Instagram, melainkan melalui promo alfamart untuk meningkatkan brand awarnes yamazaki my roti

Berdasarkan ketiga point tersebut dapat disimpulkan bahwa meningkatkan brand awarnes melalui Instagram tidak efektif untuk yamazaki my roti

#### 4.2 Saran

Saran dari penulis untuk PT Yamazaki My Roti:

- 1.Perbaiki kualitas konten dan strategi
- 2.Meperbanyak iklan, karna dari 95 responden jarang yang melihat iklan roti

3.Perbanyak konten quiz yang bisa membuat aktif follower untuk like,komen,dan share.

#### **4.3 Penutup**

Penulis dengan ini mengucapkan banyak terimakasih untuk pihak pihak yang terlibat dalam penelitian ini, terlebih kepada PT. Yamazaki My Roti. Penulis terbuka terhadap saran, kritik dan masukan. Mohon Maaf bila masih banyak kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini.Sekali lagi,penulis ucapkan terima kasih.



## DAFTAR PUSAKA

Amin, M. A. N., & Khilmi, T. A. (2023). Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Growth Terhadap Kinerja. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(1), 1–17.

Cresswell, T. (2014). *Place: an introduction*. John Wiley & Sons.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Media Sosial Menurut Para Ahli*. Pakarkomunikasi. Com.

Moleong. (2009). No Title.

Rahadian, F., & Rahman, H. I. (2023). Abdimuda instagram message strategy in building asn brand engagement. *International Journal of Social and Management Studies*, 4(2), 74–85.

Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.

we are social. (n.d.). pengguna media sosial indonesia. <https://Andi.Link/Hootsuite-We-Are-Social-Indonesian-Digital-Report-2023/>.

Simbolon, F. P., Nurcholifa, R. A., & Safarina, M. (2022). The Influence of Using Instagram as a Promotional Media in Building Brand Awareness and Its Impact on Purchase Decision of Bulog Products in Shopee. *Binus Business Review*, 13(1), 57-66.

Ristevska-Jovanovska, S., & Bogoevska-Gavrilova, I. (2021). INCREASING CUSTOMERS' BRAND AWARENESS WITH INFLUENCER MARKETING: A

FOCUS ON INSTAGRAM. Economic and Social Development: Book of Proceedings, 105-112.

Kinanti, A. S., & Imran, A. I. (2021). Pengaruh digital marketing terhadap brand awareness lemonilo melalui Instagram. *eProceedings of Management*, 8(2). Lubis, E. E., & Fauzi, V. P. (2016). Pemanfaatan instagram sebagai social media marketing er-corner boutique dalam membangun *brand awareness di kota pekanbaru* (Doctoral dissertation, Riau University).



#### 4.4 CEK PLAGIARISM

SKRIPSI ANALISIS EFEKTIVITAS INSTAGRAM DALAM  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI DALAM PERUSAHAAN  
YAMAZAKI MY ROTI fix.docx

##### ORIGINALITY REPORT

<b>11</b> %	<b>10</b> %	<b>4</b> %	<b>4</b> %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

##### PRIMARY SOURCES

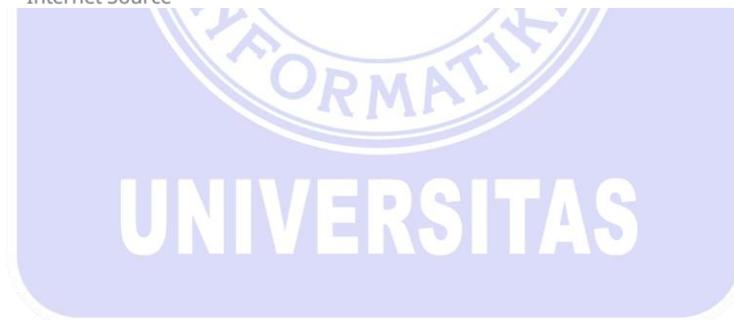
<b>1</b>	<b>id.scribd.com</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>2</b>	<b>repository.radenintan.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>3</b>	<b>www.coursehero.com</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>4</b>	<b>naufalrismawan.blogspot.com</b> Internet Source	<b>1</b> %
<b>5</b>	<b>digilibadmin.unismuh.ac.id</b> Internet Source	<b>1</b> %



6	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
7	123dok.com Internet Source	<1 %
8	eprints.umpo.ac.id Internet Source	<1 %

Submitted to Universitas Brawijaya

9	Student Paper	<1 %
10	repository.bsi.ac.id Internet Source	<1 %
11	ijosmas.org Internet Source	<1 %
12	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %



13	<a href="http://repository.ittelkom-pwt.ac.id">repository.ittelkom-pwt.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
15	<a href="http://repository.nusamandiri.ac.id">repository.nusamandiri.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://repository.wima.ac.id">repository.wima.ac.id</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	Submitted to Universitas Riau Student Paper	<1 %
20	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	<1 %



21	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1 %
22	Muhammad Mamun, Hari Muharam, Nancy Yusnita. "PENGARUH BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA TENAGA KEPENDIDIKAN MELALUI MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA", Jurnal Visionida, 2024 Publication	<1 %
23	repository.its.ac.id Internet Source	<1 %
24	repository.ukwms.ac.id Internet Source	<1 %
25	eprints.stiebankbpdjateng.ac.id Internet Source	<1 %
26	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	<1 %
27	media.neliti.com Internet Source	<1 %



---

28 [www.generali.com](http://www.generali.com) <1 %  
Internet Source

---

29 Ferdiansyah, Nurwati, R. Djuniarsono. <1 %  
"Penegakan Hukum Terhadap Tindak Pidana  
Perdagangan Orang dengan Modus Kawin  
Kontrak di Cisarua Kabupaten Bogor Dikaji  
Menurut Undang-Undang No 21 Tahun 2007

---

---

### Tentang Tindak Pidana Perdagangan Orang", Karimah Tauhid, 2024

Publication

---

30 Mutya Ananda, Ahmad Suriansyah, Wahdah <1 %  
Refia Rafianti. "Pengaruh Media Sosial  
Terhadap Pembentukan Identitas Diri pada  
Generasi Z", MARAS: Jurnal Penelitian  
Multidisiplin, 2024

Publication

---

Publication

---

31 Novitasari, Delfitriani Delfitriani, Ahmad <1 %  
Syarbaini. "Strategi Pemasaran Produk  
Pangan Menggunakan Metode Analisis  
Hierarchy Process", Karimah Tauhid, 2024

Publication

---

32 [repositori.usu.ac.id](http://repositori.usu.ac.id) <1 %  
Internet Source

---

33 Hafief Ardhya Bakas, R.R Wening ken <1 %  
Widodasih, Kurbandi SBR. "Pengaruh Citra  
Merek, Persepsi Harga dan Promosi di Media  
Sosial Terhadap Keputusan Pembelian  
McDonald's Di Lippo Cikarang", JEMSI (Jurnal  
Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2023

Publication

---



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1. Biodata Mahasiswa

Nim : 19200643

Nama Lengkap : Ahmad Hidayah

Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta 14 Agustus 2001

Alamat Lengkap : kp penggilingan rt 10 re 06 cakung Jakarta timur

### II. Pendidikan

SD 03 PENGGILINGAN

SMP SDN 03 PENGGILINGAN

SMK 83 JAKARTA UTARA

### III. Riwayat Pengalaman Berorganisasi/Pekerjaan

PT YAMAZAKI MY ROTI



Jakarta 25 Desember 2024

Ahmad Hidayah



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1. Biodata Mahasiswa

Nim : 19200463

Nama Lengkap : Petra Michael

Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta 21 Mei 2000

Alamat Lengkap : jl.cipinang lontar 2 rt 05 rw 09 no 15

### II. Pendidikan

SD NEGRI Cipinang 05 Pagi

SMPN 74 Jakarta

SMK Kemala Bhayangkari 1

### III. Riwayat Pengalaman Berorganisasi/Pekerjaan



Jakarta, 25 Desember 2024



Petra Michael

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1. Biodata Mahasiswa

Nim : 19200445

Nama Lengkap : Siti Inayah

Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 22 November 2002

Alamat Lengkap : Kp Rawa Selatan V Rt 006/Rw 007 Jakarta Pusat.

### II. Pendidikan

SD Negeri Kota Baru 4 Bekasi, lulus tahun 2014

SMP Patriot Bekasi, lulus tahun 2017

SMK Keehatan Patriot Bekasi, lulus tahun 2020

### III. Riwayat Pengalaman Berorganisasi/Pekerjaan

1. Osis Smp Patriot Bekasi 2016
2. Osis Smk Ptriot Bekasi
3. PT Mandiri Amanah 2021
4. Sekretstis Cabang Himpunan Mahasiswa Sisitem Informasi 2021



Jakarta, 25 Desember 2024



