

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif Data Responden

Pada bab ini penulis membahas hasil penelitian tentang tanggapan *Followers* pada *Electronic Word Of Mouth* yang diterapkan oleh Musicozy pada media sosial *instagram*. Dari pembahasan ini diharapkan dapat diperoleh kesimpulan tentang *Electronic Word Of Mouth* yang diterapkan oleh Musicozy pada media sosial *instagram*. Adapun yang menjadi gambaran umum responden meliputi jenis kelamin, pekerjaan, lama bergabung di *instagram*, lama *follow* musicozy dan pengeluaran.

Penelitian dengan menyebarkan angket atau kuesioner sebanyak 100 responden. Jumlah kuesioner yang terkumpul kembali sebanyak 100 eksemplar. Setelah dilakukan verifikasi, dari 100 kuesioner yang terkumpul ternyata semua item pernyataan-pernyataan diisi dengan lengkap. Dengan demikian kuesioner yang berjumlah 100 eksemplar tersebut seluruhnya dapat diolah. Berikut ini adalah tabel-tabel yang disusun untuk mengetahui gambaran umum mengenai responden.

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	64	64,0
Perempuan	36	36,0
Jumlah`	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa terdapat 64 responden laki-laki dengan persentase 64,0% dan 36 orang responden perempuan dengan persentase 36,0%. Dari keterangan tersebut dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang menjadi *followers* @musicozy_ adalah berjenis kelamin laki-laki, karena umumnya orang yang menyukai alat-alat musik yang langka adalah laki-laki.

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/mahasiswa	15	15,0
PNS/BUMN	13	13,0
Pegawai Swasta	12	12,0
Wirausaha	51	51,0
Lain-lain	9	9,0
Jumlah	100	100%

Sumber: Data kuesioner yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa responden berdasarkan pekerjaan, sebanyak 51 orang (51,0%) sebagai wirausaha, sebanyak 13 orang (13,0%) sebagai PNS/BUMN, sebanyak 12 orang (12,0%) sebagai Pegawai Swasta, sebanyak 15 orang (15,0%) sebagai pelajar/mahasiswa dan sebanyak 9 orang (9,0%) lain-lain. Mayoritas responden yang menjadi *followers* Musicozy adalah wirausaha, karena dari hasil wawancara terhadap *owner* Musicozy yang biasanya membeli alat-alat musik yang berusia tua adalah wirausaha dan biasanya mereka membeli untuk disimpan sebagai investasi atau kolektor. Hal tersebut dikemukakan oleh Muhammad Rofi, sebagai *owner* Musicozy dalam wawancaranya berasumsi. Berdasarkan hasil analisa perusahaan yang didapatkan dari data angket yang kami sebar dilihat dari kriteria usia,

mayoritas yang menjadi konsumen, pelanggan, ataupun *follower* Musicozy memang kebanyakan bekerja sebagai wirausahawan.¹

Tabel 4.3
Kategori Responden Berdasarkan Lama Bergabung dengan *Instagram*

Keterangan	Jumlah	Persentase %
< 1 tahun	19	19,0
1-2 tahun	23	23,0
>2 tahun	58	58,0
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa responden sudah bergabung dengan *instagram* selama <1 tahun sebanyak 19 orang (19,0%), 1-2 tahun sebanyak 23 orang (23,0%) dan > 2 tahun sebanyak 58 orang (58,0%). Sebagian besar responden sudah bergabung dengan *instagram* > 2 tahun. Karena *instagram* sudah berdiri dari tahun 2010, jadi banyak yang sudah mengetahui dan menggunakan media sosial *instagram*.²

Tabel 4.4
Kategori Responden Berdasarkan Lama *Follow* Musicozy

Keterangan	Jumlah	Persentase %
< 1 tahun	15	15,0
1-2 tahun	35	35,0
>2 tahun	50	50,0
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa responden sudah menjadi *followers* Musicozy selama <1 tahun sebanyak 15 orang (15,0%), 1-2 tahun sebanyak 35 orang (35,0%) dan > 2 tahun sebanyak 50 orang (50,0%). Sebagian besar responden sudah menjadi *followers* Musicozy selama > 2 tahun.

¹ Hasil wawancara dengan Muhammad Rofi, *Owner* Musicozy, 4 Agustus 2019

² www.wikipedia.org diakses pada tanggal 20 Agustus 2019 pukul 19.57

Hal ini dipertegas dengan hasil wawancara dengan *owner* Musicozy dimana *follower* kebanyakan bergabung dengan Musicozy sudah tergolong lama, karena Musicozy berdiri sejak tahun 2014.

Tabel 4.5
Kategori Responden Berdasarkan Pengeluaran

Keterangan	Jumlah	Persentase %
< Rp 1.000.0000	9	9,0
Rp 1.000.000 s/d Rp 2.500.000	11	11,0
Rp 2.500.000 s/d Rp 3.500.000	19	19,0
Rp 3.500.000 s/d Rp 5.000.000	27	27,0
> Rp 5.000.000	34	34,0
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa besarnya pengeluaran responden yaitu, sebanyak 9 orang (9,0%) < Rp 1.000.000, sebanyak 11 orang (11,0%) pengeluaran selama 1 bulan sebanyak Rp 1.000.000-Rp 2.500.000, sebanyak 19 orang (19,0%) pengeluaran selama 1 bulan sebanyak Rp 2.500.000-Rp 3.500.000, sebanyak 27 orang (27,0%) pengeluaran selama 1 bulan sebanyak Rp 3.500.000-Rp 5.000.000 dan sebanyak 34 orang (34,0%) pengeluaran selama 1 bulan sebanyak > Rp 5.000.000. Sebagian besar responden mempunyai pengeluaran selama 1 bulan lebih dari Rp 5.000.000,-. Karena barang yang ditawarkan Musicozy banyak yang tergolong langka dan juga bisa dibilang memiliki harga jual yang tinggi, kebanyakan responden memiliki pengeluaran yang tinggi, selain untuk hobi, mereka berkesempatan untuk mengoleksi barang yang dijual di Musicozy itu sendiri.

4.2 Analisis Deskriptif Penelitian

Teknik analisis deskriptif data penelitian bertujuan untuk menjelaskan mengenai keseluruhan data yang dikumpulkan dengan memaparkan, mengelompokkan, dan mengklarifikasikan ke dalam tabel yang kemudian diberi penjelasan satu per satu. Data penelitian ini diperoleh peneliti dari jawaban responden atas sejumlah pertanyaan. Jawaban-jawaban responden dari pertanyaan di dalam angket mendukung penelitian, dan setiap jawaban yang dipilih responden diberi nilai antara satu (1) sampai dengan lima (5) yang kemudian dikumulatifkan.

4.2.1 *Intensity*

Indikator pertama pada variabel penerapan *electronic word of mouth* yaitu *Intensity*. *Intensity* adalah banyaknya pendapat yang ditulis oleh konsumen dalam sebuah situs jejaring sosial. Pada indikator ini terdiri dari 3 item pernyataan, berikut hasil tanggapan responden pada item-item pertanyaan pada *Intensity* tersebut:

4.2.1.1 Frekuensi Mengakses Informasi Jejaring Sosial

Pertanyaan mengenai frekuensi mengakses informasi jejaring sosial merupakan tolok ukur untuk mengetahui pernyataan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Responden Selalu Melihat Postingan
Musicozy Setiap Harinya

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	51	51
Netral	8	8
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	15	15
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa responden selalu melihat postingan Musicozy setiap harinya, yang menyatakan sangat setuju 14 responden, yang menyatakan setuju 51 responden, yang menyatakan netral setuju 8 responden, sedangkan yang menyatakan tidak setuju 12 responden, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 15 responden. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu responden yang memilih tidak setuju beralasan: “Alasan saya memilih tidak setuju, karena kesibukan saya membuat saya jarang membuka *instagram*, apalagi melihat *postingan dari Musicozy* disetiap harinya”³. Hal ini mewakili bahwa sebagian orang yang menjawab tidak setuju dikarenakan aktivitas mereka yang membuat tidak selalu melihat *posting* dari Musicozy.

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Responden Hanya Melihat Postingan
Musicozy Paling Banyak Seminggu Hanya 1x

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	18	18
Setuju	45	45
Netral	21	21
Tidak setuju	10	10
Sangat Tidak Setuju	6	6
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

³ Wawancara dengan Agung Nugraha Budi P sebagai responden, 17 Juli 2019

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa yang menyatakan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 45 orang dan yang menyatakan netral setuju sebanyak 21 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang. Menurut salah satu responden yang memilih “Tidak Setuju” dalam wawacranya beralasan: “Alasan saya memilih tidak setuju, karena saya penyuka barang-barang lama, selain melihat di Musicozy, saya juga melihat disitus atau *account* lain yang menawarkan barang-barang koleksi.”⁴ Hal ini menunjukkan dari sebagian orang yang menjawab tidak setuju dikarenakan adanya *account* lain yang sama menjual alat musik di media sosial *instagram*.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai Responden Hanya Melihat Postingan Musicozy Tertentu yang Menurutny Menarik

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	51	51
Netral	12	12
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	11	11
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju 14 responden, yang menyatakan setuju 51 responden, yang menyatakan netral setuju 12 responden, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang. Menurut salah satu responden yang menjawab tidak setuju dalam sebuah wawancara beralasan “ Alasan hanya melihat postingan Musicozy semua menarik

⁴ Wawancara dengan M Arif Bilah, sebagai responden, 17 Juli 2019

buat saya”⁵. Hal ini menunjukkan bahwa postingan Musicozy di *instagram* mayoritas menarik di mata *follower*.

4.2.1.2 Frekuensi interaksi dengan pengguna situs jejaring sosial

Pertanyaan mengenai frekuensi interaksi dengan pengguna jejaring sosial merupakan tolok ukur untuk mengetahui pernyataan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Mengenai Responden Selalu Memberi “Comment” dalam Setiap Postingan Musicozy

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	51	51
Netral	12	12
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	11	11
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 responden, yang menyatakan setuju 51 responden, yang menyatakan netral setuju 12 responden, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang. Menurut salah satu responden yang memilih “Tidak Setuju” beralasan dalam wawancara “Alasan saya memilih tidak setuju karena saya hanya memberikan *comment* untuk barang yang menarik saja, apabila saya ada keinginan untuk memiliki dengan menawar barang yang dijual, saya pasti

⁵ Wawancara dengan M Arif Bilah, sebagai responden, 17 Juli 2019

menanyakan di kolom komentar Musicozy”⁶. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian *follower* Musicozy memilih tidak setuju dikarenakan rasa ingin tahunya terhadap barang yang dijual Musicozy.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Mengenai Responden Selalu Memberi “Like” dalam Setiap Postingan Musicozy

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	51	51
Netral	11	11
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	12	12
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang, yang menyatakan netral sebanyak 11 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju 12 orang dan sangat tidak setuju sebanyak 12 orang. Menurut salah satu responden yang memilih “Tidak Setuju” beralasan dalam wawancara “ Alasan saya memilih tidak setuju karena saya memiliki kesibukan yang membuat saya tidak selalu membuka *instagram*”⁷. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden tidak selalu membuka *instagram* dan memberikan *like* di postingan Musicozy.

⁶ Wawancara dengan Lutfi Aji, sebagai responden, 17 Juli 2019

⁷ Wawancara dengan Agung Nugraha Budi P, sebagai responden, 17 Juli 2019

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Mengenai Responden Sering Menanggapi Komentar yang Muncul dalam Kolom Komentar Musicozy

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	51	51
Netral	8	8
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	15	15
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.11, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang, yang menyatakan netral sebanyak 8 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 15 orang. Menurut salah satu responden yang memilih “Tidak Setuju” beralasan dalam wawancara “Alasan saya memilih tidak setuju karena saya tidak terlalu mengetahui tentang alat musik, karena saya hanya tertarik dari segi *design* saja tidak memahami betul apa yang *follower* bicarakan di kolom komentar Musicozy.”⁸ Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua *follower* Musicozy memahami tentang alat musik.

4.2.1.3 Banyaknya Ulasan yang Ditulis oleh Pengguna Jejaring Sosial

Pertanyaan mengenai banyak ulasan yang ditulis oleh pengguna jejaring sosial merupakan tolok ukur untuk mengetahui pernyataan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

⁸ Wawancara dengan Taufik Akiel, sebagai responden, 18 Juli 2019

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Mengenai Banyaknya Ulasan yang Ditulis oleh
Pengguna Jejaring Sosial

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	52	52
Netral	8	8
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	14	14
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.12, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 52 orang, yang menyatakan netral sebanyak 8 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 14 orang. Menurut salah satu responden yang memilih tidak setuju beragumen dalam wawancaranya: “Alasan saya memilih tidak setuju dikarenakan saya lebih senang menanyakan segala sesuatu melalui *direct message* ketimbang melalui kolom komentar, selain lebih paham dengan jawaban apa yang dijelaskan.”⁹

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Mengenai Setiap Postingan Musicozy Selalu
Dilengkapi Ulasan yang Panjang

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	18	18
Setuju	43	43
Netral	19	19
Tidak setuju	7	7
Sangat Tidak Setuju	13	13
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

⁹ Wawancara dengan Agung Nugraha Budi P, sebagai responden, 17 Juli 2019

Berdasarkan Tabel 4.13, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 43 orang, yang menyatakan netral sebanyak 19 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 13 orang. Namun demikian, ada 7 responden memilih “Tidak Setuju” hal ini dijelaskan oleh salah satu responden dalam wawancaranya memiliki argumen bahwa: “Alasan saya menjawab tidak setuju karena saya merasa ulasan yang disampaikan pada produk yang ditawarkan kurang panjang sehingga dinilai ulasan kurang lengkap.”¹⁰

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Mengenai Setiap Komentar dari *Follower* Selalu Ditanggapi oleh *admin* Musicozy

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	46	46
Netral	13	13
Tidak setuju	14	14
Sangat Tidak Setuju	13	13
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.14, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 46 orang, yang menyatakan netral sebanyak 13 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 14 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 13 orang. Menurut salah satu responden yang menjawab tidak setuju beranggapan dalam wawancaranya “Alasan saya memilih tidak setuju

¹⁰ Wawancara dengan Taufik M, sebagai responden, 18 Juli 2019

dikarenakan menurut saya *admin* biasanya hanya menanggapi dua sampai tiga komentar saja selanjutnya tidak ditanggapi.”¹¹

4.2.2 *Positive Valance*

Indikator kedua pada variabel penerapan *electronic word of mouth* yaitu *positive valance*. *Positive valance* adalah pendapat konsumen yang positif mengenai produk, jasa, dan *brand*. Pada indikator ini terdiri dari 5 item pernyataan, berikut hasil tanggapan responden pada item-item pertanyaan pada *positive valance* tersebut:

4.2.2.1 Merekomendasikan Perusahaan di Situs Jejaring Sosial

Pertanyaan mengenai rekomendasi perusahaan di situs jejaring sosial merupakan tolok ukur untuk mengetahui pernyataan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Mengenai Responden Mendapatkan Rekomendasi Baik tentang Musicozy dari Media Sosial Instagram

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	11
Setuju	32	32
Netral	23	23
Tidak setuju	5	5
Sangat Tidak Setuju	29	29
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.15, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 32 orang, yang menyatakan netral sebanyak 23 orang, sedangkan yang

¹¹ Wawancara dengan Agung Nugraha Budi P, sebagai responden, 17 Juli 2019

menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 29 orang. Menurut salah satu responden yang memilih tidak setuju beranggapan dalam wawancaranya “Saya tidak mendapatkan rekomendasi yang baik, namun saya mengetahui Musicozy dari *explore Instagram*.”¹²

Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua *followers* Musicozy mendapatkan rekomendasi yang baik dari orang lain, ada juga yang mencari atau menemukannya di media sosial *instagram*.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Mengenai Musicozy Pantas Direkomendasikan ke Orang Lain

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	45	45
Netral	18	18
Tidak setuju	13	13
Sangat Tidak Setuju	10	10
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.16, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 45 orang, sedangkan yang menyatakan netral sebanyak 18 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 10 orang. Hal ini karena responden merasa ada *marketplace* lain yang layak untuk direkomendasikan sehingga masih ada yang menyatakan tidak setuju.¹³ Menurut salah satu responden yang menilai “Tidak Setuju” terhadap kepantasan Musicozy untuk direkomendasikan ke orang

¹² Wawancara dengan Bkti Rieskiyadi, sebagai responden, 19 Juli 2019

¹³ Wawancara dengan Anggi Muhammad Ginanjar, sebagai responden, 18 Juli 2019

lain. Akan tetapi secara keseluruhan bahwa Musicozy pantas direkomendasikan ke orang lain karena dari hasil kuesioner banyak yang memilih setuju bahkan ada 14 orang yang memilih "Sangat Setuju." Ditambah dengan asumsi dari *owner* Musicozy itu sendiri yang menyebutkan bahwa rekomendasi sangatlah penting di dalam bisnis apalagi di media *online* seperti *instagram* itu sendiri, karena mendapat kepercayaan untuk menjadi salah satu tempat terpercaya untuk belanja alat musik itu tidaklah mudah.

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Mengenai Responden Merekomendasikan Musicozy kepada Teman-teman yang Ingin Membeli Alat Musik

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	12	12
Setuju	45	45
Netral	22	22
Tidak setuju	8	8
Sangat Tidak Setuju	13	13
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.17, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 45 orang, yang menyatakan netral sebanyak 22 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 13 orang. Dari wawancara yang dilakukan terhadap salah satu responden yang menjawab tidak setuju berasumsi bahwa "Saya tidak merekomendasikan Musicozy kepada teman-teman karena saya tidak terlalu paham perihal alat musik"¹⁴, akan tetapi secara keseluruhan menunjukkan bahwa

¹⁴ Wawancara dengan Kurnia Hardianto, sebagai responden, 18 Juli 2019

responden merekomendasikan Musicozy kepada teman-teman yang ingin membeli alat musik.

4.2.2.2 Berbicara tentang Sisi Baik Perusahaan

Pertanyaan mengenai berbicara tentang sisi baik perusahaan merupakan tolok ukur untuk mengetahui pernyataan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Mengenai Sisi Baik Perusahaan

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	15	15
Setuju	49	49
Netral	10	10
Tidak setuju	11	11
Sangat Tidak Setuju	15	15
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.18, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 49 orang, yang menyatakan netral sebanyak 10 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 11 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 15 orang, hal ini ditambah dengan asumsi salah satu responden yang menjawab tidak setuju dalam wawancaranya bahwa “Menurut saya masih ada konsumen yang mendapatkan informasi tidak sesuai dengan harapannya, termasuk saya, sehingga menilai bahwa Musicozy kurang tepat untuk belanja alat musik”¹⁵. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kekecewaan dari salah satu responden Musicozy.

¹⁵ Wawancara dengan Rd. Caesar M. sebagai responden, 17 Juli 2019

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Mengenai Responden Selalu Mendapatkan Informasi bahwa Musicozy Merupakan Pilihan yang Terpercaya Untuk Belanja Alat Musik

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	18	18
Setuju	43	43
Netral	23	23
Tidak setuju	9	9
Sangat Tidak Setuju	7	7
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.19, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 43 orang, yang menyatakan netral sebanyak 23 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 7 orang. Salah satu responden yang menyatakan tidak setuju diwawancaranya beranggapan “Saya merasa tidak mendapatkan informasi mengenai bagusnya Musicozy dalam melakukan penjualan alat-alat musik”¹⁶. Akan tetapi secara keseluruhan menunjukkan bahwa responden selalu mendapatkan informasi bahwa Musicozy merupakan pilihan yang terpercaya untuk belanja alat musik.

Tabel 4.20
Tanggapan Responden Mengenai Responden Selalu Mendapatkan Informasi yang Jelas Berkaitan dengan Barang yang Musicozy Posting

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	17	17
Setuju	44	44
Netral	21	21
Tidak setuju	10	10
Sangat Tidak Setuju	8	8
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

¹⁶ Wawancara dengan Rd. Caesar M. sebagai responden, 17 Juli 2019

Berdasarkan Tabel 4.20, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 44 orang, yang menyatakan netral sebanyak 21 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 8 orang. Salah satu responden yang menyatakan tidak setuju diwawancaranya beranggapan “Alasan saya mangatakan tidak setuju karena saya merasa informasi yang saya dapatkan belum sepenuhnya berkaitan dengan barang yang diposting”¹⁷. Walau demikian secara keseluruhan bahwa responden selalu mendapatkan informasi yang jelas berkaitan dengan barang yang Musicozy *posting*.

4.2.2.3 Membaca ungkapan senang dari pengunjung

Pertanyaan mengenai ungkapan senang dari pengunjung, merupakan tolak ukur untuk mengetahui pernyataan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.21
Tanggapan Responden Mengenai Responden Mendapatkan Informasi
Menganai Pengalaman Positif Orang Lain di Musicozy

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	51	51
Netral	12	12
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	11	11
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

¹⁷ Wawancara dengan Rd. Caesar M. sebagai responden, 17 Juli 2019

Berdasarkan Tabel 4.21, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang, yang menyatakan netral sebanyak 12 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang. Dari salah satu responden yang menyatakan tidak setuju di dalam wawancaranya beranggapan bahwa “Saya merasa tidak mendapatkan pengalaman positif orang lain dari Musicozy, karena saya tidak selalu melihat kolom komentar, karena kesibukan saya.”¹⁸ Hal ini menunjukkan tidak semua responden *followers* Musicozy aktif melihat kolom komentar sehingga tidak mendapatkan sisi positif dari Musicozy.

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Mengenai Responden Senang Melihat Postingan Musicozy yang Menunjukkan Kelebihan Produk dari Angel Kamera yang Berbeda

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	48	48
Netral	14	14
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	12	12
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.22, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 48 orang, sedangkan yang menyatakan netral sebanyak 14 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 12 orang. Salah satu responden yang

¹⁸ Wawancara dengan Agung Nugraha Budi P sebagai responden, 17 Juli 2019

menyatakan tidak setuju dalam wawancara beranggapan bahwa: “Saya tidak melihat pengambilan gambar dari *angel* kamera yang berbeda, tetapi lebih fokus pada gambar barang yang ditawarkan”¹⁹. Akan tetapi secara keseluruhan menunjukkan bahwa responden senang melihat postingan Musicozy yang menunjukkan kelebihan produk dari *angel* kamera yang berbeda.

Tabel 4.23
Tanggapan Responden Mengenai Responden Senang Karena Musicozy
Selalu Menyajikan Informasi tentang Produk yang Dijual Secara Lengkap

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	8	8
Setuju	44	44
Netral	25	25
Tidak setuju	8	8
Sangat Tidak Setuju	15	15
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.23, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 44 orang, yang menyatakan netral sebanyak 25 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 15 orang dan salah satu responden yang menjawab sangat tidak setuju menyatakan bahwa “Menurut saya hal ini karena informasi tentang produk belum sepenuhnya diterangkan secara *detail*, dan *admin* Musicozy banyak memberikan tawaran untuk COD (*cash on delivery*)”²⁰. Walau demikian secara keseluruhan menunjukkan bahwa responden senang karena Musicozy selalu menyajikan informasi tentang produk yang dijual secara lengkap.

¹⁹ Wawancara dengan Dimas Eka R sebagai responden, 19 Juli 2019

²⁰ Wawancara dengan Abdul Rauf sebagai responden, 19 Juli 2019

Tabel 4.24
Tanggapan Responden Mengenai Responden Sering Membaca Pujian Orang
pada *Instagram* Musicozy

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	17	17
Setuju	42	42
Netral	26	26
Tidak setuju	9	9
Sangat Tidak Setuju	6	6
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.24, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 42 orang, yang menyatakan netral sebanyak 26 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 9 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang. Dari salah satu responden yang menyatakan tidak setuju beranggapan bahwa “Saya tidak selalu melihat kolom komentar dikarenakan kesibukan saya yang membuat saya tidak membuka media sosial *instagram*, apalagi komentar di Musicozy.”²¹

4.1.1.1 Membaca ulasan yang Merekomendasikan di Situs Jejaring Sosial

Pertanyaan mengenai membaca ulasan rekomendasi perusahaan di situs jejaring sosial merupakan tolok ukur untuk mengetahui pernyataan responden.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

²¹ Wawancara dengan Agung Nugraha Budi P sebagai responden, 17 Juli 2019

Tabel 4.25
Tanggapan Responden Mengenai Responden Berasa Mendapat
Rekomendasi dari Komentar yang Diberikan Orang tentang Kelebihan
Produk yang Diposting

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	8	8
Setuju	42	42
Netral	28	28
Tidak setuju	13	13
Sangat Tidak Setuju	9	9
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.25, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 8 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 42 orang, yang menyatakan netral sebanyak 28 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 9 orang, dan dari salah satu responden yang tidak setuju beranggapan bahwa “Saya memilih tidak setuju karena hal ini masih ada yang merekomendasikan tetapi kurang meyakinkan baik dalam segi *caption* yang dibuat oleh *admin* Musicozy, maupun belum pernah membuktikan untuk membeli langsung barang yang dijual oleh Musicozy itu sendiri”²². Walau demikian secara keseluruhan menunjukkan bahwa responden merasa mendapat rekomendasi dari komentar yang diberikan orang tentang kelebihan produk yang diposting. diperkuat dengan adanya argumen dari salah satu responden yang mengatakan bahwa balasan *admin* Musicozy maupun *followers* dari Musicozy membuat dirinya semakin percaya dalam membeli barang yang dijual oleh *account* Musicozy.

²² Wawancara dengan Rizal Zoel sebagai responden, 20 Juli 2019

Tabel 4.26
Tanggapan Responden Mengenai Responden Mendapatkan Rekomendasi
dari Komentor yang Diberikan Orang tentang Kelebihan Musicozy

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	16	16
Setuju	41	41
Netral	28	28
Tidak setuju	11	11
Sangat Tidak Setuju	4	4
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.26, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 41 orang, yang menyatakan netral sebanyak 28 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 11 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang, dan ditambah argumen dari salah satu responden yang mengatakan bahwa “Saya tidak setuju karena saya merasa ada *marketplace* lain yang layak untuk direkomendasikan”²³

4.1.1.2 Membaca Keunggulan yang Ditulis di Jejaring Sosial

Pertanyaan mengenai membaca keunggulan yang ditulis di situs jejaring sosial merupakan tolok ukur untuk mengetahui pernyataan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

²³ Wawancara dengan Rd. Caesar M. sebagai responden, 17 Juli 2019

Tabel 4.27
Tanggapan Responden Mengenai Musicozy Selalu Menuliskan Informasi
tentang Kelebihan Alat Musik yang Dijual

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	51	51
Netral	12	12
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	11	11
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.27, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang, yang menyatakan netral sebanyak 12 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang. Sementara dari salah satu responden memberi pernyataan “Tidak Setuju” beranggapan bahwa “Saya menilai Musicozy tidak selalu memberikan informasi tentang kelebihan alat musik yang dijual, entah karena saya pernah melihat yang lebih *detail* dalam penjelasan sebuah barang.”²⁴ Hal ini membuktikan bahwa responden tidak selalu mendapatkan informasi yang jelas dari Musicozy atau mereka tidak membaca secara keseluruhan *caption* yang disuguhkan oleh *admin* Musicozy.

²⁴ Wawancara dengan Raihan Dirgantara sebagai responden, 19 Juli 2019

Tabel 4.28
Tanggapan Responden Mengenai Responden Mendapatkan Informasi
tentang Kelebihan Musicozy dari Komentar *Follower*

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	15	15
Setuju	38	38
Netral	30	30
Tidak setuju	13	13
Sangat Tidak Setuju	4	4
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.28, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 38 orang, yang menyatakan netral sebanyak 30 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang. Dari salah satu responden orang yang memilih “Tidak Setuju” beranggapan bahwa “Menurut saya informasi tentang kelebihan Musicozy dari komentar *followers* belum sepenuhnya memberi keyakinan untuk melakukan pembelian.”²⁵ Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua informasi yang diberikan Musicozy mendapatkan hal positif dari *followers* Musicozy.

Tabel 4.29
Tanggapan Responden Mengenai Musicozy Selalu Mementingkan
Kepercayaan *Follower* dengan Memberi Informasi yang Benar

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	11
Setuju	51	51
Netral	14	14
Tidak setuju	13	13
Sangat Tidak Setuju	11	11
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

²⁵ Wawancara dengan Rd. Caesar M. sebagai responden, 17 Juli 2019

Berdasarkan Tabel 4.29, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang, yang menyatakan netral sebanyak 14 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11, dari salah satu responden yang menyatakan tidak setuju beranggapan bahwa “Menurut saya *admin* Musicozy tidak selalu mementingkan *followers* yang berkomentar ataupun *direct message* yang dikirim kepada *account* Musicozy karena *admin* terkadang *slow respons*.”²⁶ Walaupun masih ada yang menyatakan tidak setuju tetapi mayoritas menyatakan bahwa Musicozy selalu mementingkan kepercayaan *follower* dengan memberi informasi yang benar.

4.2.3 *Negative Valance*

Indikator ketiga pada variabel penerapan *electronic word of mouth* yaitu *Negative Valance*. *Negative Valance* adalah pendapat konsumen yang negatif mengenai produk, jasa, dan *brand*. Pada indikator ini terdiri dari 2 *item* pernyataan, berikut hasil tanggapan responden pada item-item pertanyaan pada *Negative Valance* tersebut:

4.2.3.1 *Complain* di Situs Jejaring Sosial

Pertanyaan mengenai *complain* di situs jejaring sosial merupakan tolak ukur untuk mengetahui pernyataan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

²⁶ Wawancara dengan Wawan Sanusi sebagai responden, 19 Juli 2019

Tabel 4.30
Tanggapan Responden Mengenai Responden Banyak Melihat Keluhan dari
Konsumen Musicozy

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	52	52
Netral	8	8
Tidak setuju	13	13
Sangat Tidak Setuju	13	13
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.30, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 52 orang, yang menyatakan netral sebanyak 8 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 13 orang. Dari salah satu responden yang menyatakan tidak setuju beranggapan bahwa “Menurut saya walaupun banyak melihat keluhan dari konsumen Musicozy tetapi saya masih melihat ada yang melakukan transaksi di Musicozy.”²⁷ Hal ini menunjukkan bahwa keluhan tidak mempengaruhi proses transaksi yang terjadi di *account* Musicozy.

Tabel 4.31
Tanggapan Responden Mengenai Responden Banyak Melihat Keluhan yang
Muncul Tidak Cepat Direspon Admin

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	50	50
Netral	9	9
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	15	15
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

²⁷ Wawancara dengan Luthfi Aji sebagai responden, 17 Juli 2019

Berdasarkan Tabel 4.31, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 50 orang, yang menyatakan netral sebanyak 9 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 15 orang. Dari salah satu responden yang menyatakan tidak setuju beranggapan bahwa “Menurut pengalaman saya bertransaksi di Musicozy jika ada kesalahan selalu direspon dengan cepat oleh *admin* Musicozy.”²⁸ Hal ini menunjukkan bahwa tidak selalu *complaint* yang dilakukan oleh *followers* tidak ditanggapi dengan cepat oleh *admin* Musicozy.

Tabel 4. 32
Tanggapan Responden Mengenai Responden dapat Menimbangkan Kekurangan Musicozy Berdasarkan Keluhan *Followers*

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	17	17
Setuju	48	48
Netral	19	19
Tidak setuju	10	10
Sangat Tidak Setuju	6	6
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.32, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 48 orang, yang menyatakan netral sebanyak 19 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang. Dari salah satu responden yang menyatakan tidak setuju beranggapan

²⁸ Wawancara dengan Luthfi Aji sebagai responden, 17 Juli 2019

bahwa “Menurut saya keluhan dari *followers* tidak merubah pemikiran saya untuk bertransaksi di Musicozy.”²⁹

4.2.3.2 Membaca Pengalaman Mengecewakan di Situs Jejaring Sosial

Pertanyaan mengenai membaca pengalaman mengecewakan di situs jejaring sosial merupakan tolak ukur untuk mengetahui pernyataan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.33
Tanggapan Responden Mengenai Responden Banyak Melihat Komentar Mengenai Kekecewaan Orang Lain pada Musicozy

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	11	11
Setuju	27	27
Netral	25	25
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	25	25
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.33, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 27 orang, yang menyatakan netral sebanyak 25 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 25 orang. Dari salah satu responden yang menyatakan tidak setuju beranggapan bahwa “Saya tidak begitu menanggapi komentar kekecewaan dari *followers* Musicozy karena menurut saya Musicozy bagus.”³⁰

²⁹ Wawancara dengan Aldi Muzaki sebagai responden, 18 Juli 2019

³⁰ Wawancara dengan Taufik M sebagai responden, 19 Juli 2019

Tabel 4.34
Tanggapan Responden Mengenai Responden Mendapat Informasi Layanan
Buruk Musicozy dari Komentar Orang Lain

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	13	13
Setuju	41	41
Netral	19	19
Tidak setuju	16	16
Sangat Tidak Setuju	11	11
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.34, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 41 orang, yang menyatakan netral sebanyak 19 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 16 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 orang. Dari wawancara yang dilakukann terhadap salah satu responden yang menyatakan tidak setuju beranggapan bahwa “Menurut saya sebenarnya *admin* selalu memberikan informasi yang jelas, mungkin tanggapan *followers* lain kurang puas dengan informasi dan layanan yang diberikan oleh *admin* Musicozy.”³¹

4.2.4 Content

Indikator terakhir pada variabel penerapan *electronic word of mouth* yaitu *content*. *Content* adalah isi informasi dari situs jejaring sosial berkaitan dengan prooduk dan jasa. Pada indikator ini terdiri dari 3 *item* pernyataan, berikut hasil tanggapan responden pada *item-item* pertanyaan pada *content* tersebut:

³¹ Wawancara dengan Taufik M. sebagai responden, 19 Juli 2019

4.2.4.1 Informasi Kualitas Produk

Pertanyaan mengenai informasi kualitas produk di situs jejaring sosial merupakan tolak ukur untuk mengetahui pernyataan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

Tabel 4.35
Tanggapan Responden Mengenai Penjelasan Musicozy pada Setiap Postingan Sederhana

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	17	17
Setuju	53	53
Netral	16	16
Tidak setuju	10	10
Sangat Tidak Setuju	4	4
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.35, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 53 orang, yang menyatakan netral sebanyak 16 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang hal ini diungkapkan oleh salah satu responden yang menyatakan bahwa “Saya merasa kurang puas dengan penjelasan Musicozy pada setiap postingannya”³², walau demikian secara keseluruhan menunjukkan bahwa penjelasan Musicozy pada setiap *postingan* sederhana tetapi jelas. Hal ini dipertegas dengan adanya argumen dari salah satu responden yang merupakan salah satu *followers* Musicozy, yaitu Tubagus Ajie mengatakan bahwa “*admin* selalu menjelaskan sesuatu alat musik yang dijual dengan bahasa yang mudah dimengerti dan juga bahasa yang sederhana.”

³² Wawancara dengan Gilang D sebagai responden, 18 Juli 2019

Tabel 4.36
Tanggapan Responden Mengenai Bahasa yang Digunakan pada Setiap Postingan Musicozy Sederhana

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	20	20
Setuju	48	48
Netral	25	25
Tidak setuju	6	6
Sangat Tidak Setuju	1	1
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.36, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 48 orang, yang menyatakan netral sebanyak 25 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang hal ini dijelaskan oleh salah satu responden yang menyatakan bahwa “Saya merasa kurang paham dengan bahasa dan istilah yang digunakan, karena saya kurang paham dengan istilah di alat musik.”³³

Tabel 4.37
Tanggapan Responden Mengenai Responden dapat Mengetahui Kualitas Produk dari Informasi yang Dituliskan Musicozy

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	12	12
Setuju	40	40
Netral	29	29
Tidak setuju	13	13
Sangat Tidak Setuju	6	6
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.37, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 orang, yang menyatakan setuju

³³ Wawancara dengan Gilang D sebagai responden, 18 Juli 2019

sebanyak 40 orang, yang menyatakan netral sebanyak 29 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang. Hal ini dijelaskan oleh salah satu responden yang menyatakan tidak setuju beranggapan bahwa “Saya merasa kurang paham dengan bahasa dan istilah yang digunakan, karena saya kurang paham dengan istilah di alat musik.”³⁴

Tabel 4.38
Tanggapan Responden Mengenai Semua Produk yang Ditawarkan
Musicozy Mempunyai Kualitas yang Baik

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	54	54
Netral	18	18
Tidak setuju	10	10
Sangat Tidak Setuju	4	4
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.38, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 54 orang, yang menyatakan netral sebanyak 18 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang. Dari wawancara yang dilakukan terhadap salah satu responden yang mengatakan tidak setuju beranggapan bahwa “Saya belum bisa memastikan bahwa barang yang dijual oleh Musicozy berkualitas bagus, karena saya belum pernah membeli barang dari Musicozy.”³⁵

³⁴ Wawancara dengan Gilang D sebagai responden, 18 Juli 2019

³⁵ Wawancara dengan M. Arif Bilah sebagai responden, 19 Juli 2019

4.2.4.2 Informasi Variasi Produk

Pertanyaan mengenai informasi variasi produk di situs jejaring sosial merupakan tolak ukur untuk mengetahui pernyataan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.39
Tanggapan Responden Mengenai Musicozy Menjual Berbagai Merek Alat Musik

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	52	52
Netral	15	15
Tidak setuju	13	13
Sangat Tidak Setuju	6	6
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.39, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 52 orang, yang menyatakan netral sebanyak 15 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 13 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang. Dari wawancara yang dilakukan terhadap salah satu responden yang mengatakan tidak setuju beranggapan bahwa “Saya berpendapat begitu dikarenakan tidak semua merek dijual oleh Musicozy, hanya merek-merek terkenal saja yang dijual oleh Musicozy”³⁶

³⁶ Wawancara dengan Agung Nugraha Budi P sebagai responden, 17 Juli 2019

Tabel 4.40
Tanggapan Responden Mengenai Musicozy Memberi Informasi Tahun
Pembuatan Alat Musik

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	16	16
Setuju	49	49
Netral	19	19
Tidak setuju	10	10
Sangat Tidak Setuju	6	6
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.40, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 49 orang, yang menyatakan netral sebanyak 19 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 10 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang, hal ini karena informasi Musicozy mengenai tahun pembuatan jarang diinformasikan secara detail hal ini dikemukakan oleh Agung Nugraha Budi P. sebagai responden dalam wawancara yang dilakukan pada tanggal 17 Juli 2019. Walau demikian secara keseluruhan menunjukkan bahwa Musicozy memberi informasi tahun pembuatan alat musik.

4.2.4.3 Informasi Mengenai Harga Produk

Pertanyaan mengenai informasi harga produk di situs jejaring sosial merupakan tolak ukur untuk mengetahui pernyataan responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.41
Tanggapan Responden Mengenai *admin* Musicozy Selalu Memberikan Informasi Mengenai Harga yang Ditawarkan di dalam Postingan

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	51	51
Netral	8	8
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	15	15
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.41, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 51 orang, yang menyatakan netral sebanyak 8 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 15 orang. Banyaknya responden yang menyatakan tidak setuju diwakili oleh salah satu responden yang berargumen bahwa “Saya melihat tidak semua alat musik yang dijual di Musicozy dicantumkan harga, ada beberapa yang tidak. Mungkin karena barang itu banyak diminati ataupun harga barang tersebut kadang naik kadang turun.”³⁷

Tabel 4.42
Tanggapan Responden Mengenai Musicozy Memposting Jenis Gitar dalam Berbagai Variasi Harga

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	14	14
Setuju	52	52
Netral	8	8
Tidak setuju	12	12
Sangat Tidak Setuju	14	14
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

³⁷ Wawancara dengan M. Arif Bilah sebagai responden, 19 Juli 2019

Berdasarkan Tabel 4.42, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 52 orang, yang menyatakan netral sebanyak 8 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 12 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 14 orang. Hal ini dijelaskan oleh salah satu responden yang beranggapan bahwa “Saya mengatakan tidak setuju karena saya tidak selalu membaca informasi secara *detail* dikarenakan aktivitas saya yang membuat saya tidak sempat melihat semua postingan Musicozy.”³⁸ Namun secara keseluruhan menunjukkan bahwa Musicozy memposting jenis gitar dalam berbagai variasi harga.

Tabel 4.43
Tanggapan Responden Mengenai *admin* Musicozy Selalu Memberikan Informasi Bila Ada Penyesuaian Harga dari Produk yang Ditawarkan

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	18	18
Setuju	43	43
Netral	19	19
Tidak setuju	7	7
Sangat Tidak Setuju	13	13
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.43, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 43 orang, yang menyatakan netral sebanyak 19 orang, sedangkan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 13 orang. Dengan demikian secara keseluruhan mayoritas menyatakan bahwa *admin* Musicozy selalu memberikan informasi bila ada penyesuaian harga dari produk yang ditawarkan.

³⁸ Wawancara dengan Agung Nugraha Budi P sebagai responden, 17 Juli 2019

Tabel 4.44
Tanggapan Responden Mengenai Harga yang Ditawarkan Masih Bisa
Dinego dengan DM pada Admin

Pernyataan	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	23	23
Setuju	47	47
Netral	18	18
Tidak setuju	8	8
Sangat Tidak Setuju	4	4
Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan Tabel 4.44, dapat diketahui bahwa dari pernyataan di atas, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 orang, yang menyatakan setuju sebanyak 47 orang, yang menyatakan Netral sebanyak 18 orang, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 8 orang dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang. Dengan demikian secara keseluruhan mayoritas menyatakan bahwa harga yang ditawarkan masih bisa dinego dengan DM pada *admin*.

4.3 Analisis Deskriptif

Ringkasan hasil penelitian tentang tanggapan *Followers* pada *Electronic Word Of Mouth* yang diterapkan oleh Musicozy pada media sosial *instagram* dijelaskan berdasarkan dimensi yang dijelaskan sebagai berikut.

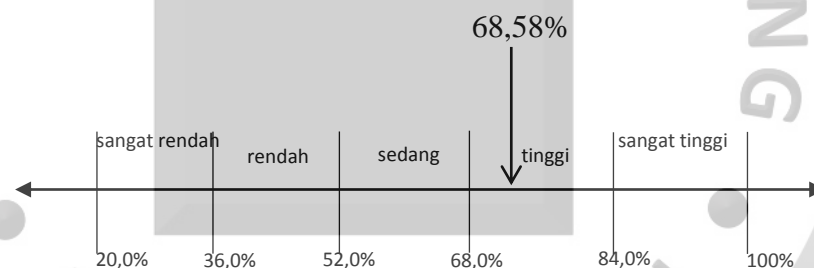
4.3.1 Intensity

Berdasarkan pengolahan data kuesioner yang berisi tanggapan responden mengenai dimensi *Intensity* dapat dilihat sebagaimana Tabel 4.46:

Tabel 4.45
Distribusi Jawaban Berdasarkan Dimensi *Intensity*

No	SS	S	N	TS	STS	Skor Aktual	Skor Ideal	Rata-rata Skor	Ket
1	14	51	8	12	15	337	500	67,4	Cukup baik
2	18	45	21	10	6	359	500	71,8	Baik
3	14	51	12	12	11	345	500	69,0	Baik
4	14	51	12	12	11	345	500	69,0	Baik
5	14	51	11	12	12	343	500	68,6	Baik
6	14	51	8	12	15	337	500	67,4	Cukup baik
7	14	52	8	12	14	340	500	68,0	Baik
8	18	43	19	7	13	346	500	69,2	Baik
9	14	46	13	14	13	334	500	66,8	Cukup baik
Skor total								3086	
Rata-rata dari dimensi <i>Intensity</i>								68,58%	

Dari tabel di atas diketahui bahwa rata-rata dari dimensi *Intensity* adalah 68,58%, bila dalam gambar dapat dilihat dari diagram sebagai berikut:



Tanggapan *follower* pada *electronic word of mouth* mengenai *Intensity* yang diterapkan oleh Musicozy pada Media Sosial *Instagram* mempunyai rata-rata skor sebesar 68,58% artinya tanggapan *follower* pada *electronic word of mouth* mengenai *intensity* yang diterapkan oleh Musicozy pada Media Sosial *instagram* dianggap baik karena berada dalam interval 68,01% - 84,00%.

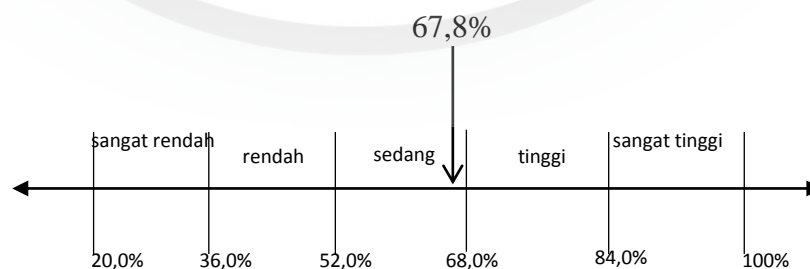
4.3.2 Positive Valance

Berdasarkan pengolahan data kuesioner yang berisi tanggapan responden mengenai dimensi *positive valance* dapat dilihat sebagaimana Tabel 4.46:

Tabel 4.46
Distribusi Jawaban Berdasarkan Dimensi *Positive Valance*

No	SS	S	N	TS	STS	Skor Aktual	Skor Ideal	Rata-rata Skor	Ket
1	11	32	23	5	29	291	500	58,2	Cukup baik
2	14	45	18	13	10	340	500	68,0	Baik
3	12	45	22	8	13	335	500	67,0	Cukup baik
4	15	49	10	11	15	338	500	67,6	Cukup baik
5	18	43	23	9	7	356	500	71,2	Baik
6	17	44	21	10	8	352	500	70,4	Baik
7	14	51	12	12	11	345	500	69,0	Baik
8	14	48	14	12	12	340	500	68,0	Baik
9	8	44	25	8	15	322	500	64,4	Cukup baik
10	17	42	26	9	6	355	500	71,0	Baik
11	8	42	28	13	9	327	500	65,4	Cukup baik
11	16	41	28	11	4	354	500	70,8	Baik
12	14	51	12	12	11	345	500	69,0	Baik
13	15	38	30	13	4	347	500	69,4	Baik
14	11	51	14	13	11	338	500	67,6	Cukup baik
15	14	52	8	13	13	341	500	68,2	Baik
Skor total								5423	
Rata-rata dari dimensi <i>Positive Valance</i>								67,80%	

Dari tabel di atas diketahui bahwa rata-rata dari dimensi *Positive Valance* adalah 67,80%, bila dalam gambar dapat dilihat dari diagram sebagai berikut:



Gambar 4.1
Garis Kontinum Tanggapan *Followers* Terhadap *Positive Valance*

Tanggapan *follower* pada *electronic word of mouth* mengenai *positive valance* yang diterapkan oleh Musicozy pada Media Sosial *instagram* mempunyai rata-rata skor sebesar 67,80% artinya tanggapan *follower* pada *electronic word of mouth* mengenai *positive valance* yang diterapkan oleh Musicozy pada Media Sosial *instagram* dianggap cukup baik karena berada pada interval 52,01% - 62,00%.

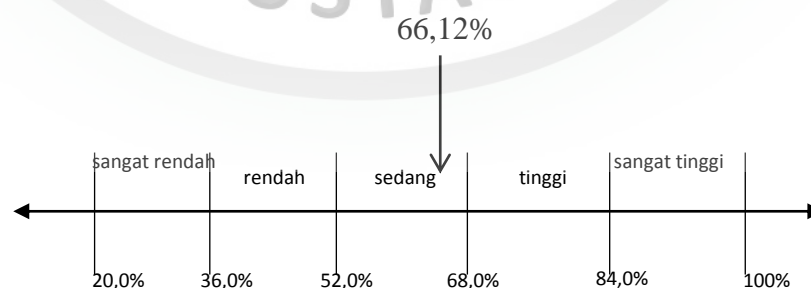
4.3.2 Negative Valance

Berdasarkan pengolahan data kuesioner yang berisi tanggapan responden mengenai dimensi *negative valance* dapat dilihat sebagaimana Tabel 4.47:

Tabel 4.47
Distribusi Jawaban Berdasarkan Dimensi *Negative Valance*

No	SS	S	N	TS	STS	Skor Aktual	Skor Ideal	Rata-rata Skor	Ket
1	14	52	8	13	13	341	500	68,2	Baik
2	14	50	9	12	15	336	500	67,2	Cukup baik
3	17	48	19	10	6	360	500	72,0	Baik
4	11	27	25	12	25	287	500	57,4	Cukup baik
5	13	41	19	16	11	329	500	65,8	Cukup baik
Skor total								1653	
Rata-rata dari dimensi <i>Negative Valance</i>								66,12%	

Dari tabel di atas diketahui bahwa rata-rata dari dimensi *Negative Valance* adalah 66,12%, bila dalam gambar dapat dilihat dari diagram sebagai berikut:



Gambar 4.2
Garis Kontinum Tanggapan *Followers* Terhadap *Negative Valance*

Tanggapan *follower* pada *electronic word of mouth* mengenai *negative valance* yang diterapkan oleh Musicozy pada Media Sosial *instagram* mempunyai rata-rata skor sebesar 66,12% artinya tanggapan *follower* pada *electronic word of mouth* mengenai *negative valance* yang diterapkan oleh Musicozy pada Media Sosial *Instagram* dianggap cukup baik karena berada pada interval 52,01% - 62,00%.

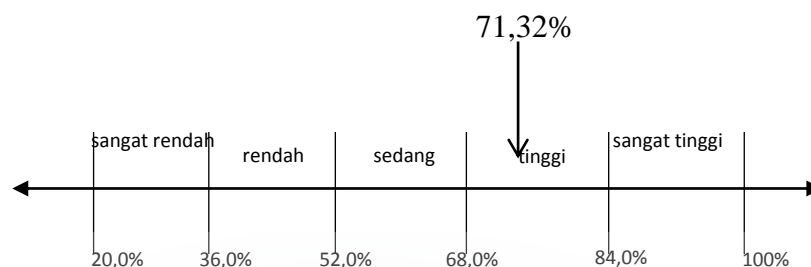
4.3.4 Content

Berdasarkan pengolahan data kuesioner yang berisi tanggapan responden mengenai dimensi *Content* dapat dilihat sebagaimana Tabel 4.48:

Tabel 4.48
Distribusi Jawaban Berdasarkan Dimensi *Content*

No	SS	S	N	TS	STS	Skor Aktual	Skor Ideal	Rata-Rata Skor	Ket
30	17	53	16	10	4	369	500	73,8	Baik
31	20	48	25	6	1	380	500	76,0	Baik
32	12	40	29	13	6	339	500	67,8	Cukup Baik
33	14	54	18	10	4	364	500	72,8	Baik
34	14	52	15	13	6	355	500	71,0	Baik
35	16	49	19	10	6	359	500	71,8	Baik
36	14	51	8	12	15	337	500	67,4	Cukup Baik
37	14	52	8	12	14	340	500	68,0	Baik
38	18	43	19	7	13	346	500	69,2	Baik
39	23	47	18	8	4	377	500	75,4	Baik
Skor total								3566	
Rata-rata dari dimensi <i>Content</i>								71,32%	

Dari tabel di atas diketahui bahwa rata-rata dari dimensi *Content* adalah 77,32%, bila dalam gambar dapat dilihat dari diagram sebagai berikut:



Gambar 4.3
Garis Kontinum Tanggapan *Followers* Terhadap *Content*

Tanggapan *follower* pada *electronic word of mouth* mengenai *content* yang diterapkan oleh Musicozy pada Media Sosial *instagram* mempunyai rata-rata skor sebesar 71,32% artinya tanggapan *follower* pada *electronic word of mouth* mengenai *content* yang diterapkan oleh Musicozy pada Media Sosial *Instagram* dianggap cukup baik karena berada pada interval 62,01% - 84,00%. Dari ke-4 indikator dapat dilihat di hasil rekapitulasi dimensi *electronic word of mouth* (eWOM) sebagai berikut:

Tabel 4.49
Rekapitulasi Dimensi *Electronic Word of Mouth* (eWOM)

No	Dimensi	Rata-rata Skor	Keterangan
1	<i>Intensity</i>	68,58	Baik
2	<i>Positive Valance</i>	67,80	Cukup baik
3	<i>Negative Valance</i>	66,12	Cukup baik
4	<i>Content</i>	71,32	Baik
	Rata-rata keseluruhan	68,7	Baik

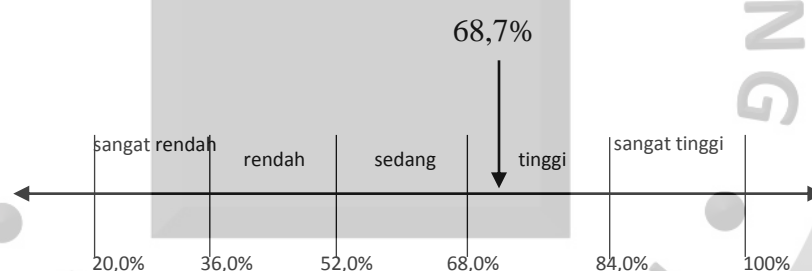
Hasil rekapitulasi tanggapan responden secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 4.50
Rekapitulasi *Electronic Word of Mouth* (eWOM)

No	SS	S	CS	TS	STS	Skor aktual
1	14	51	8	12	15	337
2	18	45	21	10	6	359
3	14	51	12	12	11	345
4	14	51	12	12	11	345
5	14	51	11	12	12	343
6	14	51	8	12	15	337
7	14	52	8	12	14	340
8	18	43	19	7	13	346
9	14	46	13	14	13	334
10	11	32	23	5	29	291
11	14	45	18	13	10	340
12	12	45	22	8	13	335
13	15	49	10	11	15	338
14	18	43	23	9	7	356
15	17	44	21	10	8	352
16	14	51	12	12	11	345
17	14	48	14	12	12	340
18	8	44	25	8	15	322
19	17	42	26	9	6	355
20	8	42	28	13	9	327
21	16	41	28	11	4	354
22	14	51	12	12	11	345
23	15	38	30	13	4	347
24	11	51	14	13	11	338
25	14	52	8	13	13	341
26	14	50	9	12	15	336
27	17	48	19	10	6	360
28	11	27	25	12	25	287
29	13	41	19	16	11	329
30	17	53	16	10	4	369
31	20	48	25	6	1	380
32	12	40	29	13	6	339
33	14	54	18	10	4	364
34	14	52	15	13	6	355
35	16	49	19	10	6	359
36	14	51	8	12	15	337
37	14	52	8	12	14	340
38	18	43	19	7	13	346
39	23	47	18	8	4	377
jumlah	569	1814	673	426	418	13390
total	2845	7256	2019	852	418	13390
%	21,25	54,19	15,08	6,36	3,12	100

Dari Tabel 4.49 di atas, diperoleh nilai rata-rata jawaban responden mengenai *electronic word of mouth* (EWOM) yaitu sebesar 68,7% dinyatakan baik karena berada pada interval 68,01% - 84,00%. Hal ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* (EWOM) yang diterapkan oleh Musicozy pada media sosial *instagram* dianggap baik. Hal ini berarti Musicozy di kalangan pengguna *instagram* cukup populer.

Namun masih ada nilai rata-rata skor jawaban responden yang berada di bawah rata-rata yaitu sebesar 57,4% (Tabel 4.47) yaitu pada pernyataan “Saya banyak melihat komentar mengenai kekecewaan orang lain pada Musicozy”, artinya ada sebagian pengguna *instagram* yang melihat *instagram* Musicozy merasa kecewa dengan postingan Musicozy.



Gambar 4.4
Garis Kontinum Tanggapan *Followers Electronic Word Of Mouth*

Dari garis kontinum di atas dapat diketahui bahwa nilai keseluruhan variabel tanggapan *followers* pada *electronic word of mouth* yang diterapkan oleh Musicozy pada media sosial *instagram* sebesar 68,7% artinya tanggapan *follower* tinggi karena termasuk interval 68,01-84,00, berdasarkan data tersebut dikatakan bahwa Musicozy pada media sosial *instagram* dikatakan baik di kalangan *follower*.

4.4 Pembahasan

Suatu cara perusahaan dalam usaha untuk meningkatkan penjualan produknya adalah melalui pemasaran salah satunya dengan *electronic word of mouth* (EWOM). *Electronic word of mouth* merupakan pernyataan positif atau negatif yang dibuat oleh pelanggan potensial, pelanggan aktual dan mantan pelanggan tentang produk atau perusahaan melalui internet. Sementara, menurut Hasan (2010:96)

Electronic word of mouth merupakan aspek penting pemograman pemasaran dalam mengembangkan ekspresi konsumen terhadap merek. Efek *branding online* menunjukkan bahwa pembelian saat ini disebabkan oleh kuatnya peran EWOM dalam membangun dan mengaktifkan citra merek.

Media sosial merupakan alat promosi bisnis yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja. Media sosial menjadi bagian yang sangat diperlukan oleh pemasar bagi banyak perusahaan dan salah satu cara terbaik untuk menjangkau pelanggan secara luas. Media sosial yang saat ini sedang banyak diminati adalah *instagram*. *Instagram* adalah jaringan sosial yang paling populer digunakan untuk mengirim foto, pengguna mengunggah (*upload*) foto *digital*, menerapkan *filter* untuk mengedit penampilan mereka dan berbagi foto dengan pengguna lain. *Instagram* merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran yang tidak memerlukan jarak untuk berkomunikasi.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini diharapkan bisa menggambarkan tanggapan *followers* pada *electronic word of mouth* melalui media sosial *instagram*. Terlebih lagi pada akun Musicozy di *instagram*. Dalam penelitian ini, pembahasannya hanya difokuskan pada penyampaian pesan yang dilakukan oleh

admin Musicozy kepada *follower* Musicozy sendiri atau pengguna *instagram* yang sedang mencari alat musik di media sosial *instagram*.

Pada penelitian ini yaitu “Tanggapan *Followers* pada *Electronic Word Of Mouth* yang Diterapkan oleh Musicozy pada Media Sosial *Instagram*”, secara keseluruhan, diperoleh nilai rata-rata jawaban responden sebesar 68,7% dinyatakan baik karena berada pada interval 68,01% - 84,00%. Hal ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* (EWOM) yang diterapkan oleh Musicozy pada media sosial *instagram* dianggap baik. Hal ini berarti Musicozy di kalangan pengguna *instagram* cukup populer di kalangan pengguna media sosial *instagram*.

Dari hasil yang didapatkan dari dimensi *electronic word of mouth* (EWOM). Yang pertama tanggapan mengenai dimensi *intensity*, *intensity* adalah banyaknya pendapat yang ditulis oleh konsumen dalam sebuah situs jejaring sosial. Rata-rata skor sebesar 68,58%, artinya *intensity* yang diterapkan Musicozy dianggap baik, karena berada dalam interval 68,01% - 84,00%. Hal ini disebabkan karena Musicozy merupakan pendatang baru yang menyebabkan para pembeli atau masyarakat yang mencari alat musik tidak langsung mencari Musicozy sebagai pilihan utama mereka, namun sejauh ini Musicozy terus meningkatkan kualitas atau eksistensi agar dapat dikenal banyak masyarakat khususnya penggemar alat musik.

Kemudian dimensi yang ke dua yaitu *positive valance*, yang merupakan pendapat konsumen yang positif mengenai produk, jasa, dan *brand*. *Positive valance* yang diterapkan Musicozy dinilai cukup baik karena mempunyai rata-rata

skor sebesar 67,80% artinya *positive valance* yang diterapkan Musicozy berada dalam interval 52,01% - 68,00%. Di sini musicozy dinilai cukup baik dalam dimensi *positive valance*, karena kurangnya *follower* yang kurang aktif dan juga kurang meluasnya Musicozy di kota lain. Kepercayaan para pembeli yang membuat mereka memilih pada siapa mereka membeli produk yang mereka inginkan.

Dimensi selanjutnya adalah *negative valance*. Di sini Musicozy mempunyai rata-rata skor 66,12% artinya tanggapan *follower* mengenai *negative valance* yang diterapkan Musicozy pada media sosial *instagram* dianggap cukup baik karena berada pada interval 52,01% - 68,00%. *Negative valance* di sini adalah pendapat konsumen yang negatif mengenai produk, jasa, dan *brand*. Hasil yang didapat dari sampel yang penulis sebar, kebanyakan menilai bahwa *admin* Musicozy dinilai kurang aktif dalam kolom komentar yang diposting dalam *account instagram*. Banyak *followers* yang hanya melihat postingan hanya sekilas saja, sedikit *follower* yang menanyakan langsung melalui pesan singkat dalam aplikasi *instagram*.

Dimensi yang terakhir adalah *content*, di sini *content* merupakan dimensi yang memiliki nilai rata-rata yang lebih besar dari dimensi yang lainnya yaitu 71,31% artinya Musicozy pada Media Sosial *Instagram* dianggap cukup baik karena berada dalam interval 62,01% - 84,00%. *Content* merupakan isi informasi dari situs jejaring sosial berkaitan dengan produk dan jasa. Hal ini didapat karena *admin* Musicozy memberikan keunggulannya dalam menjelaskan informasi produk alat musik yang *detail* dan juga membagikan postingan dengan *angel* yang

menarik untuk dipasarkan di media sosial *instagram*. Para *follower* atau pembeli pasti membutuhkan *content* yang baik untuk menarik minat mereka dalam membeli sesuatu produk yang dipasarkan melalui media sosial.

Dari hasil keseluruhan dapat diketahui bahwa nilai keseluruhan variabel tanggapan *followers* pada *electronic word of mouth* yang diterapkan oleh Musicozy pada media sosial *instagram* sebesar 68,7% artinya tanggapan *follower* tinggi karena termasuk interval 68,01-84,00, berdasarkan data tersebut dikatakan bahwa Musicozy pada media sosial *instagram* dikatakan baik di kalangan *follower*. Namun masih ada nilai rata-rata skor jawaban responden yang berada di bawah rata-rata yaitu sebesar 57,4% yaitu pada pernyataan “Saya banyak melihat komentar mengenai kekecewaan orang lain pada Musicozy”, artinya ada sebagian pengguna *instagram* yang melihat *instagram* Musicozy merasa kecewa dengan postingan Musicozy.