

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Aerostreet

Aerostreet merupakan *brand* sepatu lokal yang berasal dari Klaten, Jawa Tengah yang kini sudah tembus pasar mancanegara. Berdiri pada tahun 2015 oleh Adhitya Caesarico, pada awalnya Aerostreet diproduksi dengan segmentasi sepatu pria dan merambah segmentasi ke sepatu sekolah, setelah itu Aerostreet melakukan pengembangan bisnisnya dengan memproduksi model dan varian sepatu lainnya seperti olahraga, kasual, dan formal.



Gambar 1 Logo Aerostreet
Sumber : Facebook Aerostreet

Dengan menyadari kebutuhan sepatu sebagai kebutuhan sekunder yang cukup penting, Aerostreet mengedepankan slogan “*Now Everyone Can Buy a Good Shoes*” dengan harapan masyarakat Indonesia bisa mempunyai sepatu berkualitas dengan harga yang terjangkau. Ditengah gejolak pandemi, Aerostreet dituntut tetap memenuhi kebutuhan pasar dengan mengubah haluan dari menjual secara luring menjadi mengandalkan *e-commerce*, diawali bergabung dengan *Shopee* pada tahun 2019 dan pada tahun 2021 Aerostreet mendapat 2 penghargaan, pada 8 juli 2021 Aerostreet menjadi *brand*

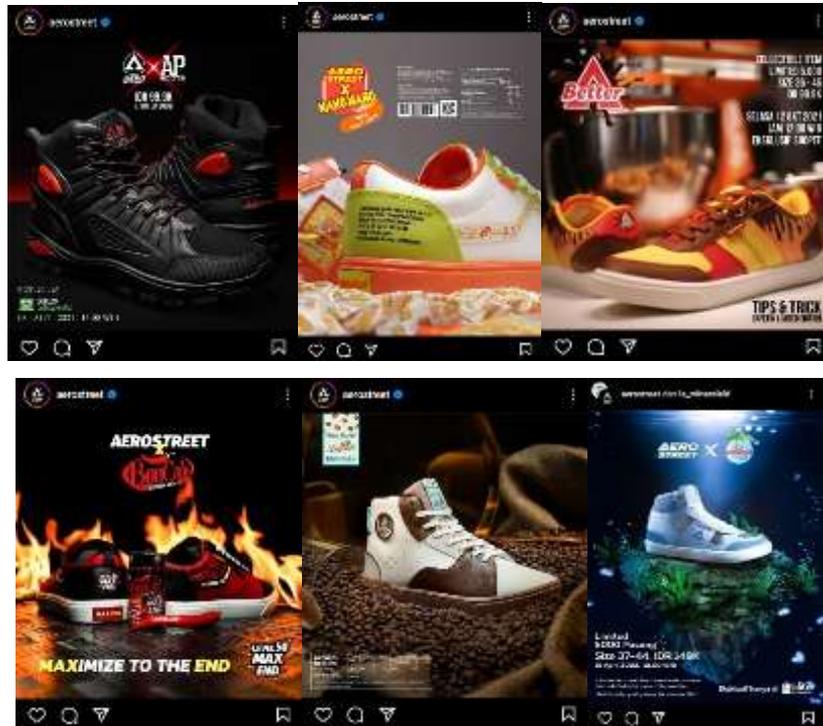
terlaris untuk kategori *Sports & Outdoor* setelah mengalahkan Adidas, Happyfit, Sport Station, dan Specs. Dan pada 10 Desember 2021 Aerostreet menjadi *brand* favorit di *Shopee*, bisa dilihat pada unggahan mengalahkan *brand* Erigo di urutan kedua dan Samsung di urutan ketiga. Pada Selain mengoptimalkan pemasaran menggunakan *e-commerce* di platform *Shopee*, Aerostreet juga melakukan kolaborasi untuk mendongkrak penjualan, dengan bekerjasama beberapa vendor merek dengan membuat sepatu edisi khusus yang jumlahnya terbatas dan desain yang dihadirkan selaras dengan vendor terkait.



Gambar 2 Penghargaan Aerostreet
Sumber : Instagram Aerostreet

Kolaborasi dengan *brand* lain dimulai pada awal tahun 2021, Aerostreet sudah banyak berkolaborasi dengan berbagai *brand* dan *vendor* untuk mendongkrak penjualan sepatu, ini merupakan salah satu strategi dari Aerostreet untuk membentuk kesadaran merek pada masyarakat luas. Hingga per-tanggal 29 Juni 2022, Aerostreet sudah memiliki kurang lebih 3000 karyawan, pabrik lebih dari 2 hektar, omset yang mencapai ratusan milyar, dan mempunyai gudang dan pabrik sendiri.

2. Gambaran Umum Produk Kolaborasi Aerostreet



Gambar 3 Produk sepatu kolaborasi Aerostreet 2021
Sumber : Instagram Aerostreet

Aerostreet sangat konsentrasi di inovasi produk dan harga, pada awal peluncuran di *e-commerce*, Aerostreet menjual sepatu dengan harga Rp. 99.000,- dan setelah itu Aerostreet melakukan inovasi dengan mencoba menjual produk sepatu kolaborasi dengan *brand* atau vendor lain. Vendor yang diajak bekerjasama dengan cukup beragam, seperti grup musik *pop-punk* asal Yogyakarta yaitu Endank Soekamti menjadikan desain sepatu yang disuguhkan cocok dengan karakteristik anak *band*. Selain itu ada beberapa vendor atau *brand* lain yang bekerjasama dengan Aerostreet seperti Dagelan, AP Boots, Swallow. Selain itu, Aerostreet juga berkolaborasi dengan *brand* makanan dan minuman seperti Better, Nano-Nano, Le Minerale, Luwak White Koffie, BonCabe baru-baru ini Aerostreet bekerjasama dengan Teh Tong Tji per-tanggal 28 Juni 2022. Bentuk kolaborasi ini selaras dengan segmentasi pasar dari Aerostreet sendiri yaitu remaja

hingga dewasa. Aerostreet juga memaksimalkan penggunaan media sosial, khususnya dengan instagram. Dikutip dari akun instagram resmi @aerostreet penjualan sepatu edisi khusus kolaborasi habis terjual dalam hitungan detik dengan rata-rata penjualan 5000 pasang sepatu dibawah kurun waktu satu menit, seperti kolaborasi Aerostreet dengan BonCabe 5000 pasang sepatu habis terjual dalam kurun waktu 58 detik pada 12 Desember 2021, kolaborasi dengan Nano Nano 5000 pasang sepatu habis terjual dalam kurun waktu 47 detik pada 9 September 2021, kolaborasi dengan Better 5000 pasang sepatu habis terjual dalam kurun waktu 38 detik, dan kolaborasi dengan Le Minerale 5000 pasang sepatu habis terjual sampai tidak terhitung kurun waktunya. Bentuk kolaborasi yang rutin dengan *brand* atau vendor lain menjadi salah satu ciri khas dan keunikan dari Aerostreet sendiri. Dengan jumlah *followers* instagram 1,8 juta per-tanggal 14 Juni 2022 merupakan jumlah yang lumayan besar dibandingkan dengan kompetitor *brand* sepatu lokal lainnya.

3. Akun Instagram @aerostreet

Media sosial saat ini merupakan sebuah wajah dari sebuah instansi, Aerostreet juga menggunakan instagram sebagai media uuntuk menyebarkan informasi produk serta penawaran-penawaran menarik yang dapat mendorong konsumen untuk membeli dan menggunakan produk dari Aerostreet khususnya produk sepatu.



Gambar 4 Akun Instagram Aerostreet
Sumber : Instagram Aerostreet

Akun Instagram @aerostreet mulai aktif sejak 31 Juli 2020, 5 tahun setelah Aerostreet berdiri pada tahun 2015. Dengan jumlah *followers* 1,8 juta dan postingan berjumlah 608 unggahan per-tanggal 14 Juni 2021, Aerostreet aktif memberikan informasi produk-produknya terkhusus produk sepatu kolaborasi dengan brand lain. Selain itu, interaksi di Instagram @aerostreet juga cukup aktif. Dilihat dari data yang disajikan di socialblade.com Aerostreet memiliki *engagement rate* di angka 0,67% dan memiliki rata-rata *like* 11.986. Interaksi dari @aerostreet dengan para *followers* cukup aktif dan positif, hal ini juga mempengaruhi kesadaran merek *followers* dari Aerostreet itu sendiri.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin

N=89

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	42	47,2%
2	Perempuan	47	52,8%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan data diatas maka dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden dari *followers* instagram @aerostreet dalam penelitian ini, mayoritas berjenis kelamin perempuan yaitu berjumlah 47 orang responden atau 52,8%, dan sisanya berjenis kelamin laki-laki berjumlah 42 orang responden atau 47,2%

b. Usia

Tabel 4.2
Usia Responden
N=89

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	18-20 Tahun	10	11,2%
2	21-23 Tahun	71	79,8%
3	24-26 Tahun	4	4,5%
4	27-30 Tahun	4	4,5%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Bersumber dari data usia responden diatas, maka dapat diketahui bahwa responden dari *followers* instagram @aerostreet dengan usia 18-20 tahun berjumlah 10 orang atau 11,2%, responden dengan usia 21-23 tahun berjumlah 71 orang atau 79,8%, responden dengan usia 24-26 tahun berjumlah 4 orang atau 4,5%, dan responden dengan usia 27-30 tahun berjumlah 4 orang atau 4,5%.

c. Pendidikan

Tabel 4.3
Jenjang Pendidikan
N=89

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMA/Sederajat	26	29,2%
2	D3	9	10,1%
3	S1	54	60,7%
4	S2	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data jenjang pendidikan responden diatas, maka dapat diketahui bahwa responden dari *followers* instagram @aerostreet dengan jenjang pendidikan SMA/Sederajat berjumlah 26 orang atau 29,2%, responden dengan jenjang pendidikan D3 berjumlah 9 orang atau 10,1%, responden dengan jenjang pendidikan S1 berjumlah 54 orang atau 60,7%, dan responden dengan jenjang pendidikan S2 berjumlah 0 atau tidak ada.

d. Pekerjaan

Tabel 4.4
Status Pekerjaan
N=89

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	65	73%
2	Pegawai Swasta	14	15,7%
3	Pegawai Negeri Sipil	10	11,2%
4	Lainnya	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data status pekerjaan responden diatas, maka dapat diketahui bahwa responden dari *followers* instagram @aerostreet dengan status pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa berjumlah 65 atau 73%, responden dengan status pekerjaan sebagai Pegawai Swasta berjumlah 14 orang atau 15,7%, responden dengan status pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil berjumlah 10 orang atau 11,2%, dan responden dengan status pekerjaan lainnya berjumlah 0 atau tidak ada.

e. Mengetahui Produk Aerostreet

Tabel 4.5

Mengetahui Produk Aerostreet

N=89

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Ya	89	100%
2	Tidak	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data diatas, seluruh responden dari *followers* instagram @aerostreet sebanyak 89 orang dengan data presentase 100% mengetahui produk Aerostreet, dan 0% yang tidak mengetahui produk sepatu Aerostreet

f. Pernah Membeli Produk Aerostreet

Tabel 4.6

Pernah Membeli Produk Sepatu Aerostreet

N=89

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Ya	89	100%
2	Tidak	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data diatas, seluruh responden dari *followers* instagram @aerostreet sebanyak 89 orang dengan data presentase 100% pernah membeli produk sepatu Aerostreet, dan 0% yang tidak mengetahui produk sepatu Aerostreet.

2. Analisis Pernyataan Responden mengenai *Brand Awareness* (Variabel X)

Tabel 4.7

Aerostreet merupakan *brand* sepatu yang terkenal dengan desain sepatu kolaborasinya

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	36	40,4%
2	Setuju	46	51,7%
3	Tidak Setuju	7	7,9%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 36 orang atau 40,4% menyatakan sangat setuju, 46 orang atau 51,7% menyatakan setuju, 7 orang atau 7,9% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 46 orang dengan presentase 51,7% menyatakan setuju dengan pernyataan Aerostreet merupakan *brand* sepatu yang terkenal dengan desain sepatu kolaborasinya.

Tabel 4.8

Aerostreet merupakan *brand* sepatu lokal yang harganya terjangkau

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	40	44,9%

2	Setuju	37	41,6%
3	Tidak Setuju	11	12,4%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 40 orang atau 44,9% menyatakan sangat setuju, 37 orang atau 41,6% menyatakan setuju, 11 orang atau 12,4% menyatakan tidak setuju, dan 1 orang atau 1,1% responden yang menjawab tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 40 orang dengan presentase 44,9% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan Aerostreet merupakan *brand* sepatu lokal yang harganya terjangkau.

Tabel 4.9

**Dapat mengingat produk sepatu Aerostreet saat sedang
membicarakan produk sepatu lokal**

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	34	38,2%
2	Setuju	47	52,8%
3	Tidak Setuju	7	7,9%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 34 orang atau 38,2% menyatakan sangat setuju, 47 orang atau 52,8% menyatakan setuju, 7 orang atau 7,9% menyatakan

tidak setuju, dan 1 orang atau 1,1% responden yang menjawab tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 47 orang dengan presentase 52,8% menyatakan setuju dengan pernyataan dapat mengingat produk sepatu Aerostreet saat sedang membicarakan produk sepatu lokal.

Tabel 4.10

Aerostreet merupakan *brand* sepatu lokal yang populer sehingga tertarik untuk membelinya

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	36%
2	Setuju	46	51,7%
3	Tidak Setuju	9	10,1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,2%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 32 orang atau 36% menyatakan sangat setuju, 46 orang atau 51,7% menyatakan setuju, 9 orang atau 10,1% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 46 orang dengan presentase 51,7% menyatakansetuju dengan pernyataan Aerostreet merupakan *brand* sepatu lokal yang populer sehingga tertarik untuk membelinya.

Tabel 4. 11
Mengetahui produk sepatu kolaborasi dari *brand* sepatu
Aerostreet
N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	28	31,5%
2	Setuju	46	51,7%
3	Tidak Setuju	13	14,6%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,2%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 28 orang atau 31,5% menyatakan sangat setuju, 46 orang atau 51,7% menyatakan setuju, 13 orang atau 14,6% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 46 orang dengan presentase 51,7% menyatakan setuju dengan pernyataan mengetahui produk sepatu kolaborasi dari *brand* sepatu Aerostreet.

Tabel 4.12
Mampu mencari produk sepatu Aerostreet dengan mudah pada
e-commerce
N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	41	46,1%

2	Setuju	39	43,8%
3	Tidak Setuju	7	7,9%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,2%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 41 orang atau 46,1% menyatakan sangat setuju, 39 orang atau 43,8% menyatakan setuju, 7 orang atau 7,9% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 41 orang dengan presentase 46,1% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan mampu mencari produk sepatu Aerostreet dengan mudah pada *e-commerce*.

Tabel 4.13

Tertarik dengan konten yang disajikan akun instagram

@aerostreet

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	40	44,9%
2	Setuju	38	42,7%
3	Tidak Setuju	8	9%
4	Sangat Tidak Setuju	3	3,4%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 40 orang atau 44,9% menyatakan sangat setuju, 38 orang

atau 42,7% menyatakan setuju, 8 orang atau 9% menyatakan tidak setuju, dan 3 orang atau 3,4% responden yang menjawab tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 40 orang dengan presentase 44,9% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tertarik dengan konten yang disajikan akun instagram @aerostreet.

Tabel 4.14

Mengetahui ciri khas dan keunikan dari produk sepatu Aerostreet

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	33,7%
2	Setuju	44	49,4%
3	Tidak Setuju	13	14,6%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,2%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 30 orang atau 33,7% menyatakan sangat setuju, 44 orang atau 49,4% menyatakan setuju, 13 orang atau 14,6% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 44 orang dengan presentase 49,4% menyatakan setuju dengan pernyataan mengetahui ciri khas dan keunikan dari produk sepatu Aerostreet.

Tabel 4.15

Produk sepatu kolaborasi Aerostreet lebih banyak dan menarik dibandingkan kompetitor sepatu lokal lainnya

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	30	33,7%
2	Setuju	44	49,4%
3	Tidak Setuju	12	13,5%
4	Sangat Tidak Setuju	3	3,4%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 30 orang atau 33,7% menyatakan sangat setuju, 44 orang atau 49,4% menyatakan setuju, 12 orang atau 13,5% menyatakan tidak setuju, dan 3 orang atau 3,4% responden yang menjawab tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 44 orang dengan presentase 49,4% menyatakan setuju dengan pernyataan produk sepatu kolaborasi Aerostreet lebih banyak dan menarik dibandingkan kompetitor sepatu lokal lainnya.

Tabel 4.16

Kolaborasi dengan Le Minerale, Swallow, BonCabe, AP Boots merupakan varian sepatu kolaborasi dari Aerostreet

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	36%
2	Setuju	48	53,9%
3	Tidak Setuju	5	5,6%
4	Sangat Tidak Setuju	4	4,5%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 32 orang atau 36% menyatakan sangat setuju, 48 orang atau 53,9% menyatakan setuju, 5 orang atau 5,6% menyatakan tidak setuju, dan 4 orang atau 4,5% responden yang menjawab tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 48 orang dengan presentase 53,9% menyatakan setuju dengan pernyataan kolaborasi dengan Le Minerale, Swallow, BonCabe, AP Boots merupakan varian sepatu kolaborasi dari Aerostreet.

Tabel 4.17

Lebih memilih produk sepatu kolaborasi Aerostreet daripada produk sepatu kolaborasi dari *brand* sepatu lokal lainnya

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	24	27%
2	Setuju	43	48,3%
3	Tidak Setuju	22	24,7%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 24 orang atau 27% menyatakan sangat setuju, 43 orang atau 48,3% menyatakan setuju, 22 orang atau 24,7% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 43 orang dengan presentase

48,3% menyatakan setuju dengan pernyataan lebih memilih produk sepatu kolaborasi Aerostreet daripada produk sepatu kolaborasi dari *brand* sepatu lokal lainnya.

Tabel 4.18

Mengingat produk sepatu Aerostreet ketika membicarakan produk sepatu lokal yang berkolaborasi dengan *brand* lainnya

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	31	34,8%
2	Setuju	47	52,8%
3	Tidak Setuju	9	10,1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,2%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 31 orang atau 34,8% menyatakan sangat setuju, 47 orang atau 52,8% menyatakan setuju, 9 orang atau 10,1% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 47 orang dengan presentase 52,8% menyatakan setuju dengan pernyataan mengingat produk sepatu Aerostreet ketika membicarakan produk sepatu lokal yang berkolaborasi dengan *brand* lainnya.

Tabel 4.19

Aerostreet merupakan *brand* sepatu lokal Indonesia

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	42	47,2%
2	Setuju	39	43,8%
3	Tidak Setuju	7	7,9%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 42 orang atau 47,2% menyatakan sangat setuju, 39 orang atau 43,8% menyatakan setuju, 7 orang atau 7,9% menyatakan tidak setuju, dan 1 orang atau 1,1% responden yang menjawab tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 42 orang dengan presentase 47,2% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan Aerostreet merupakan *brand* sepatu lokal Indonesia.

Tabel 4.20

@aerostreet merupakan akun instagram resmi dari *brand*

Aerostreet

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	46	51,7%
2	Setuju	40	44,9%
3	Tidak Setuju	3	3,4%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 46 orang atau 51,7% menyatakan sangat setuju, 40 orang atau 44,9% menyatakan setuju, 3 orang atau 3,4% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 46 orang dengan presentase 51,7% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan @aerostreet merupakan akun instagram dari *brand* Aerostreet.

Tabel 4.21
Mengetahui Aerostreet sebagai *brand* sepatu lokal yang memiliki harga yang terjangkau
N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	41	46,1%
2	Setuju	39	43,8%
3	Tidak Setuju	7	7,9%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,2%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 41 orang atau 46,1% menyatakan sangat setuju, 39 orang atau 43,8% menyatakan setuju, 7 orang atau 7,9% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 41 orang dengan presentase 46,1% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan mengetahui

Aerostreet sebagai *brand* sepatu lokal yang memiliki harga terjangkau.

Tabel 4.22

Brand Aerostreet dikenal dengan produk sepatu kolaborasi dengan brand lainnya

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	50	56,2%
2	Setuju	34	38,2%
3	Tidak Setuju	5	5,6%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 50 orang atau 56,2% menyatakan sangat setuju, 34 orang atau 38,2% menyatakan setuju, 5 orang atau 5,6% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 50 orang dengan presentase 56,2% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan *brand* Aerostreet dikenal dengan produk sepatu kolaborasi dengan *brand* lainnya.

3. Analisis Pernyataan Responden mengenai Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Tabel 4.23

Mengetahui produk sepatu Aerostreet sebelum membelinya
N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	37	41,6%
2	Setuju	44	49,2%
3	Tidak Setuju	7	7,9%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 37 orang atau 41,6% menyatakan sangat setuju, 44 orang atau 49,2% menyatakan setuju, 7 orang atau 7,9% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 44 orang dengan presentase 49,2% menyatakan setuju dengan pernyataan mengetahui produk sepatu Aerostreet sebelum membelinya.

Tabel 4.24

**Tertarik dengan produk sepatu kolaborasi dari *brand* Aerostreet
N=89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	33	37,1%
2	Setuju	46	51,7%
3	Tidak Setuju	8	9%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,2%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 33 orang atau 37,1% menyatakan sangat setuju, 46 orang

atau 51,7% menyatakan setuju, 8 orang atau 9% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 46 orang dengan presentase 51,7% menyatakan setuju dengan pernyataan tertarik dengan produk sepatu kolaborasi dari *brand* Aerostreet.

Tabel 4.25

**Memilih Aerostreet ketika ingin memiliki *brand* sepatu lokal
N=89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	29	31,5%
2	Setuju	42	49,4%
3	Tidak Setuju	16	16,9%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,2%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 29 orang atau 32,6% menyatakan sangat setuju, 42 orang atau 47,2% menyatakan setuju, 16 orang atau 18% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 42 orang dengan presentase 47,2% menyatakan setuju dengan pernyataan memilih Aerostreet ketika ingin memiliki *brand* sepatu lokal.

Tabel 4.26

**Kebutuhan terhadap sepatu lokal terpenuhi oleh produk sepatu
Aerostreet
N=89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	28	31,5%
2	Setuju	44	49,4%
3	Tidak Setuju	15	16,9%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,2%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 28 orang atau 31,5% menyatakan sangat setuju, 44 orang atau 49,4% menyatakan setuju, 15 orang atau 16,9% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 44 orang dengan presentase 49,4% menyatakan setuju dengan pernyataan kebutuhan terhadap sepatu lokal terpenuhi oleh produk sepatu Aerostreet.

Tabel 4.27

**Mencari tahu informasi terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian produk sepatu Aerostreet
N=89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	45	50,6%
2	Setuju	31	34,8%
3	Tidak Setuju	11	12,4%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,2%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 45 orang atau 50,6% menyatakan sangat setuju, 31 orang

atau 34,8% menyatakan setuju, 11 orang atau 12,4% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 45 orang dengan presentase 50,6% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan mencari tahu informasi terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian produk sepatu Aerostreet.

Tabel 4.28

**Mendapat informasi *brand* sepatu Aerostreet dari Instagram
N=89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	44	49,4%
2	Setuju	37	41,6%
3	Tidak Setuju	8	9%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 44 orang atau 49,4% menyatakan sangat setuju, 37 orang atau 41,6% menyatakan setuju, 8 orang atau 9% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 44 orang dengan presentase 49,4% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan mendapat informasi *brand* sepatu Aerostreet dari Instagram.

Tabel 4.29

**Mendapat informasi *brand* sepatu Aerostreet dari kerabat
(keluarga, teman, dan relasi lainnya)**

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	39	43,8%
2	Setuju	37	41,6%
3	Tidak Setuju	9	10,1%
4	Sangat Tidak Setuju	4	4,5%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 39 orang atau 43,8% menyatakan sangat setuju, 37 orang atau 41,6% menyatakan setuju, 9 orang atau 10,1% menyatakan tidak setuju, dan 4 orang atau 4,5% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 39 orang dengan presentase 43,8% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan mendapat informasi *brand* sepatu Aerostreet dari kerabat (keluarga, teman, dan relasi lainnya).

Tabel 4.30

Melihat *review* dari orang lain yang dapat meyakinkan untuk melakukan pembelian produk sepatu Aerostreet

N=89

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

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 34 orang atau 38,2% menyatakan sangat setuju, 45 orang atau 50,6% menyatakan setuju, 9 orang atau 10,1% menyatakan tidak setuju, dan 1 orang atau 1,1% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 45 orang dengan presentase 50,6% menyatakan setuju dengan pernyataan melihat *review* dari orang lain yang dapat meyakinkan untuk melakukan pembelian produk sepatu Aerostreet.

Tabel 4.31

**Memilih Aerostreet karena desain sepatu kolaborasinya yang menarik dan edisi yang terbatas dari berbagai brand sepatu lokal
N=89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	36	40,4%
2	Setuju	45	50,6%
3	Tidak Setuju	7	7,9%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 36 orang atau 40,4% menyatakan sangat setuju, 45 orang atau 50,6% menyatakan setuju, 7 orang atau 7,9% menyatakan tidak setuju, dan 1 orang atau 1,1% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 45 orang dengan presentase 50,6% menyatakan setuju dengan pernyataan memilih Aerostreet

karena desain sepatu kolaborasinya yang menarik dan edisi yang terbatas dari berbagai sepatu lokal.

Tabel 4.32

***Brand* sepatu Aerostreet menjadi pilihan utama untuk *brand* sepatu lokal**
N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	28	31,5%
2	Setuju	41	46,1%
3	Tidak Setuju	18	20,2%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,2%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 28 orang atau 31,5% menyatakan sangat setuju, 41 orang atau 46,1% menyatakan setuju, 18 orang atau 20,2% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreetyaitu 41 orang dengan presentase 46,1% menyatakan setuju dengan pernyataan *brand* sepatu Aerostreet menjadi pilihan utama untuk *brand* sepatu lokal.

Tabel 4.33

Membandingkan produk kolaborasi sepatu lokal alternatif dengan Aerostreet sebelum membeli sepatu Aerostreet
N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	37	41,6%
2	Setuju	46	51,7%
3	Tidak Setuju	6	6,7%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 37 orang atau 41,6% menyatakan sangat setuju, 46 orang atau 51,7% menyatakan setuju, 6 orang atau 6,7% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 46 orang dengan presentase 51,7% menyatakan setuju dengan pernyataan membandingkan produk kolaborasi sepatu lokal alternatif dengan Aerostreet sebelum membeli sepatu Aerostreet.

Tabel 4.34

**Mengevaluasi apa yang akan dibeli sebelum melakukan pembelian sepatu Aerostreet
N=89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	32	36%
2	Setuju	51	57,3%
3	Tidak Setuju	6	6,7%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 32 orang atau 36% menyatakan sangat setuju, 51 orang

atau 57,3% menyatakan setuju, 6 orang atau 6,7% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 51 orang dengan presentase 57,3% menyatakan setuju dengan pernyataan mengevaluasi apa yang akan dibeli sebelum melakukan pembelian sepatu Aerostreet.

Tabel 4.35

Memutuskan untuk membeli produk sepatu Aerostreet karena sesuai dengan kebutuhan yang saya perlukan

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	28	31,5%
2	Setuju	50	56,2%
3	Tidak Setuju	8	8%
4	Sangat Tidak Setuju	3	3,4%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 28 orang atau 31,5% menyatakan sangat setuju, 50 orang atau 56,2% menyatakan setuju, 8 orang atau 8% menyatakan tidak setuju, dan 3 orang atau 3,4% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 50 orang dengan presentase 56,2% menyatakan setuju dengan pernyataan *brand* sepatu Aerostreet menjadi pilihan utama untuk *brand* sepatu lokal.

Tabel 4.36

**Merasa yakin dengan membeli produk sepatu Aerostreet setelah
membandingkan desain sepatu dengan *brand* alternatif
N=89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	34	38,2%
2	Setuju	44	49,4%
3	Tidak Setuju	9	10,1%
4	Sangat Tidak Setuju	2	2,2%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 34 orang atau 38,2% menyatakan sangat setuju, 44 orang atau 49,4% menyatakan setuju, 9 orang atau 10,1% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 44 orang dengan presentase 49,4% menyatakan setuju dengan pernyataan *brand* sepatu Aerostreet menjadi pilihan utama untuk *brand* sepatu lokal.

Tabel 4.37

**Membeli produk sepatu Aerostreet karena varian yang
ditawarkan beragam dan edisi yang terbatas
N=89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	39	43,8%
2	Setuju	39	43,8%
3	Tidak Setuju	10	11,2%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 39 orang atau 43,8% menyatakan sangat setuju, 39 orang atau 43,8% menyatakan setuju, 10 orang atau 11,2% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,2% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 39 orang dengan presentase 43,8,% menyatakan sangat setuju dan 39 orang atau 43,8% selanjutnya menyatakan setuju dengan pernyataan membeli produk sepatu Aerostreet karena varian yang ditawarkan beragam dan edisi yang terbatas.

Tabel 4.38

Merasa metode pembelian dan pembayaran produk sepatu Aerostreet sangat mudah

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	36	40,4%
2	Setuju	47	52,8%
3	Tidak Setuju	6	6,7%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 36 orang atau 40,4% menyatakan sangat setuju, 47 orang atau 52,8% menyatakan setuju, 6 orang atau 6,7% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 47 orang dengan presentase

52,8% menyatakan setuju dengan pernyataan merasa pembelian dan pembayaran produk sepatu Aerostreet sangat mudah.

Tabel 4.39

**Merasa puas dengan kualitas dan harga yang diberikan oleh Aerostreet
N=89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	33	37,1%
2	Setuju	48	53,9%
3	Tidak Setuju	7	7,9%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 33 orang atau 37,1% menyatakan sangat setuju, 48 orang atau 53,9% menyatakan setuju, 7 orang atau 7,9% menyatakan tidak setuju, dan 1 orang atau 1,1% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 48 orang dengan presentase 53,9% menyatakan setuju dengan pernyataan merasa puas dengan kualitas dan harga yang diberikan oleh Aerostreet.

Tabel 4.40

**Akan melakukan pembelian ulang pada produk sepatu Aerostreet
N=89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	29	32,6%
2	Setuju	44	49,4%
3	Tidak Setuju	15	16,9%
4	Sangat Tidak Setuju	1	1,1%

Jumlah	89	100%
---------------	-----------	-------------

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 29 orang atau 32,6% menyatakan sangat setuju, 44 orang atau 49,4% menyatakan setuju, 15 orang atau 16,9% menyatakan tidak setuju, dan 1 orang atau 1,1% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 44 orang dengan presentase 49,4% menyatakan setuju dengan pernyataan akan melakukan pembelian ulang pada produk sepatu Aerostreet.

Tabel 4.41

**Merekomendasikan produk Aerostreet kepada orang lain
N=89**

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	35	39,3%
2	Setuju	47	52,8%
3	Tidak Setuju	7	7,9%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 35 orang atau 39,3% menyatakan sangat setuju, 47 orang atau 52,8% menyatakan setuju, 7 orang atau 7,9% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 47 orang dengan presentase

52,8% menyatakan setuju dengan pernyataan merasa puas dengan kualitas dan harga yang diberikan oleh Aerostreet.

Tabel 4.42

Merasa informasi konten yang ada di Instagram Aerostreet sesuai dengan kualitas produk sepatu Aerostreet

N=89

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	41	46,1%
2	Setuju	46	51,7%
3	Tidak Setuju	7	7,9%
4	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		89	100%

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 41 orang atau 46,1% menyatakan sangat setuju, 46 orang atau 51,7% menyatakan setuju, 7 orang atau 7,9% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dengan demikian dapat diketahui mayoritas responden dari *followers* instagram @aerostreet yaitu 46 orang dengan presentase 51,7% menyatakan setuju dengan pernyataan merasa puas dengan kualitas dan harga yang diberikan oleh Aerostreet.

C. Rekapitulasi Variabel X dan Variabel Y

Berikut adalah hasil dari rekapitulasi pengembangan indikator atau komponen pendukung dari variabel X yakni pengaruh *brand awareness* berdasarkan tabel berikut ini :

Tabel 4.43

**Rekapitulasi Variabel X
(Brand Awareness)**

No.	Pernyataan	Mean
1.	BA1- <i>Top of Mind</i>	3,33
2.	BA2- <i>Top of Mind</i>	3,30
3.	BA3- <i>Top of Mind</i>	3,28
4.	BA4- <i>Top of Mind</i>	3,21
5.	BA5- <i>Brand Recall</i>	3,12
6.	BA6- <i>Brand Recall</i>	3,34
7.	BA7- <i>Brand Recall</i>	3,29
8.	BA8- <i>Brand Recall</i>	3,15
9.	BA9- <i>Brand Recognition</i>	3,13
10.	BA10- <i>Brand Recognition</i>	3,21
11.	BA11- <i>Brand Recognition</i>	3,02
12.	BA12- <i>Brand Recognition</i>	3,20
13.	BA13- <i>Unaware of Brand</i>	3,37
14.	BA14- <i>Unaware of Brand</i>	3,48
15.	BA15- <i>Unaware of Brand</i>	3,34
16.	BA16- <i>Unaware of Brand</i>	3,51
Jumlah		52,29
Rata-rata		3,27

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan data hasil keseluruhan responden yang berjumlah 89 orang diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sebanyak 16 pertanyaan pada variabel *brand awareness* (X) tersebut dinyatakan valid, dalam artian kuesioner dalam penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur *brand awareness* kepada responden dalam kuesioner ini yaitu *followers* dari akun instagram @aerostreet. Bisa dilihat bahwa nilai terendah terdapat pada pernyataan ke 11 sebesar 3,02 dengan isi pernyataan “Memilih produk sepatu kolaborasi Aerostreet daripada produk kolaborasi dari *brand* sepatu lokal lainnya”. Sedangkan nilai tertinggi ada pada pernyataan ke 16

sebesar 3,51 dengan isi pernyataan “*Brand Aerostreet* dikenal dengan produk sepatu kolaborasi dengan *brand* lainnya”.

Berikut adalah hasil dari rekapitulasi pengembangan indikator atau komponen pendukung dari variabel Y yakni pengaruh keputusan pembelian berdasarkan tabel berikut ini :

Tabel 4.44
Rekapitulasi Variabel Y
(Keputusan Pembelian)

No.	Pernyataan	Mean
1.	KP1-Pengenalan Masalah	3,31
2.	KP2-Pengenalan Masalah	3,24
3.	KP3-Pengenalan Masalah	3,10
4.	KP4-Pengenalan Masalah	3,10
5.	KP5-Pencarian Informasi	3,34
6.	KP6-Pencarian Informasi	3,40
7.	KP7-Pencarian Informasi	3,25
8.	KP8-Pencarian Informasi	3,26
9.	KP9-Evaluasi Alternatif	3,30
10.	KP10-Evaluasi Alternatif	3,07
11.	KP11-Evaluasi Alternatif	3,35
12.	KP12-Evaluasi Alternatif	3,29
13.	KP13-Keputusan Pembelian	3,16
14.	KP14-Keputusan Pembelian	3,24
15.	KP15-Keputusan Pembelian	3,30
16.	KP16-Keputusan Pembelian	3,34
17.	KP17-Perilaku Pasca Pembelian	3,27
18.	KP18-Perilaku Pasca Pembelian	3,13
19.	KP19-Perilaku Pasca Pembelian	3,31
20.	KP20-Perilaku Pasca Pembelian	3,43
Jumlah		65,19

Rata-rata	3,26
------------------	-------------

Sumber : Hasil Penelitian pada Bulan Juli, Tahun 2022

Berdasarkan data hasil keseluruhan responden yang berjumlah 89 orang diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sebanyak 20 pertanyaan pada variabel keputusan pembelian (Y) tersebut dinyatakan valid, dalam artian kuesioner dalam penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur seberapa pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet kepada responden dalam kuesioner ini yaitu *followers* dari akun instagram @aerostreet. Bisa dilihat bahwa nilai terendah terdapat pada pernyataan ke 10 sebesar 3,07 dengan pernyataan “*Brand* sepatu Aerostreet menjadi pilihan utama untuk *brand* sepatu lokal”. Sedangkan nilai tertinggi ada pada pernyataan ke 20 sebesar 3,43 dengan isi pernyataan “merasa informasi konten yang ada di Instagram Aerostreet sesuai dengan kualitas produk sepatu Aerostreet”.

D. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

a. Hasil Uji Validitas Variabel X (*Brand Awareness*)

Tabel 1.45

Hasil Uji Validitas Variabel X (*Brand Awareness*)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
BA1	0,415	0,306	Valid
BA2	0,435	0,306	Valid
BA3	0,564	0,306	Valid
BA4	0,349	0,306	Valid
BA5	0,483	0,306	Valid
BA6	0,506	0,306	Valid
BA7	0,591	0,306	Valid
BA8	0,464	0,306	Valid
BA9	0,604	0,306	Valid
BA10	0,448	0,306	Valid
BA11	0,622	0,306	Valid

BA12	0,435	0,306	Valid
BA13	0,670	0,306	Valid
BA14	0,591	0,306	Valid
BA15	0,454	0,306	Valid
BA16	0,433	0,306	Valid

Sumber : Perhitungan *SPSS V. 23 for Windows*

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas, dari sebanyak 16 pertanyaan pada variabel *Brand Awareness* (X) dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,306.

b. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Tabel 4.46

Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
KP1	0,433	0,306	Valid
KP2	0,341	0,306	Valid
KP3	0,594	0,306	Valid
KP4	0,331	0,306	Valid
KP5	0,528	0,306	Valid
KP6	0,530	0,306	Valid
KP7	0,634	0,306	Valid
KP8	0,440	0,306	Valid
KP9	0,597	0,306	Valid
KP10	0,496	0,306	Valid
KP11	0,532	0,306	Valid
KP12	0,341	0,306	Valid
KP13	0,661	0,306	Valid
KP14	0,634	0,306	Valid
KP15	0,369	0,306	Valid
KP16	0,504	0,306	Valid
KP17	0,661	0,306	Valid
KP18	0,661	0,306	Valid
KP19	0,406	0,306	Valid
KP20	0,431	0,306	Valid

Sumber : Perhitungan *SPSS V. 23 for Windows*

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas, dari sebanyak 20 pertanyaan pada variabel Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,306.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi responden dalam menjawab pernyataan suatu kuesioner. Data kuesioner harus dapat diandalkan dengan perhitungan r hitung lebih besar dari nilai *Cronbach Alpha* yaitu 0,60. Berikut hasil perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan *SPSS V. 23 for Windows* :

a) Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (*Brand Awareness*)

Tabel 4.47

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	16

Sumber : Perhitungan *SPSS V. 23 for Windows*

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, dapat dilihat bahwa dari 16 pertanyaan pada kuesioner variabel *Brand Awareness* (X) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,899 dengan nilai tersebut maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan pada variabel X yaitu reliabilitas tinggi dan reliabel

b) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (*Keputusan Pembelian*)

Tabel 4.48

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

.924	20
------	----

Sumber : Perhitungan SPSS V. 23 for Windows

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, dapat dilihat bahwa dari 20 pertanyaan pada kuesioner variabel Keputusan Pembelian(Y) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,924 dengan nilai tersebut maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan pada variabel Y yaitu reliabilitas tinggi dan reliabel.

E. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tujuan dari analisis regresi sederhana adalah untuk mengetahui adanya pengaruh secara signifikan antar variabel *Brand Awareness* (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil analisis regresi sederhana pada penelitian ini terdapat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.49
Hasil Analisis Linear Sederhana

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1. (Constant)	9.371	3.716
Brand Awareness	1.067	.070

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Perhitungan SPSS V. 23 for Windows

Berdasarkan pada tabel hasil pengolahan data diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 9,371 + 1,067X + \epsilon$$

Koefisien-koefisien persamaan regresi linier sederhana diatas dapat dipahami berikut ini :

1. $\alpha = 9,371$ mengartikan jika nilai X (*Brand Awareness*) = 0, maka Y (Keputusan Pembelian) akan menunjukkan tingkat atau sebesar 9,371, dalam arti lain jika tidak ada *Brand Awareness* maka Keputusan Pembelian akan bernilai sebesar 9,371 point
2. $\beta_1 = 1,067$ mengartikan bahwa koefisien regresi variabel X (*Brand Awareness*) memiliki arah regresi positif, dimana kenaikan 1 poin pada sebesar 1,067 point dan sebaliknya.

F. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui berpengaruh atau signifikannya hasil penelitian terkait variabel X dengan Y yang telah didapat maka untuk itu dilakukan uji hipotesis. Maka dengan demikian :

Jika t hitung $>$ t -tabel H_0 ditolak H_a diterima (ada pengaruh)

Jika t hitung $<$ t -tabel H_0 diterima H_a ditolak (tidak ada pengaruh)

Dilakukannya uji hipotesis ini untuk menguji apakah adanya pengaruh atau tidak pada koefisien regresi. Uji hipotesis juga dilakukan untuk membuktikan bahwa hipotesis sementara yang sebelumnya dilakukan.

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi ialah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Uji koefisien determinasi dapat dilakukan untuk melihat seberapa jauh kemampuan dari sebuah variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen yang dapat dilihat melalui hasil perhitungan R square dengan rumus

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan

KD : Koefisien Determinasi

R : Koefisien Korelasi

Jika koefisien determinasi atau R square lebih kecil atau negatif (-) maka dapat dikatakan variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y . Semakin kecil nilai koefisien determinasi (R square) dapat

diartikan pengaruh variabel X terhadap Y semakin lemah, begitupun sebaliknya jika nilai koefisien determinasi mendekati 1 (satu) maka pengaruh variabel X terhadap Y semakin kuat.

Hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut :

Tabel 4.50
Hasil Uji Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 ^a	.725	.722	4.68544

a. Predictors: (Constant), Brand Awareness

Sumber : Perhitungan *SPSS V. 23 for Windows*

Hasil R Square atau R^2 diatas adalah sebesar 0,725. Artinya bahwa variabel dependen yaitu loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel independen yaitu sales promotion sebesar 72,5%, sementara 27,5% (100%-72,5) dipengaruhi oleh variabel lain.

2. Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji secara parsial atau uji t digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel *brand awareness* dengan variabel keputusan pembelian secara parsial. Hasil perhitungan data SPSS uji t sebagai berikut:

Tabel 4.51
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.371	3.716		2.522	.013
Brand Awareness	1.067	.070	.852	15.158	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Perhitungan SPSS V. 23 for Windows

Berdasarkan dari data tabel diatas dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel dimana t-tabel diperoleh dengan melihat tabelt dengan mempertimbangkan nilai signifikansi 0,1 dengan $df = (n-k)$ atau df sebesar 87 maka diperoleh hasil t tabel sebesar 1,662. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet. Hasil perhitungan uji t diatas dapat diketahui bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($15,158 > 1,662$) dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka dalam hal ini dapat diartikan *brand awareness* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet. Sehingga dapat dikatakan H_a diterima karena *Brand Awareness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet.

3. Uji F (Uji Secara Simultan)

Tabel 4.52

**Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5043.810	1	5043.810	229.751	.000 ^b
	Residual	1909.943	87	21.953		
	Total	6953.753	88			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), *Brand Awareness*

Sumber : Perhitungan SPSS V. 23 for Windows

Dari hasil perhitungan uji F diatas dapat diketahui F hitung $> F$ tabel ($229.751 > 2,36$) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,1 atau 10%. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan menerima H_a , artinya bahwa variabel *brand awareness* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada penelitian ini membahas dua variabel yaitu variabel *independent* yaitu pengaruh *brand awareness* (X) terhadap variabel *dependent* yaitu keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet (Y). Dimana data tersebut diambil pada tanggal 10-28 Juni 2022 dengan berbagai karakteristik populasi ataupun kriteria yang telah ditentukan, dan merupakan *followers* dari Instagram @aerostreet yang berjumlah 1,8 juta per-tanggal 24 Juni 2022 dan jumlah tersebut direduksi dengan jumlah orang yang memberikan komentar pada unggahan 31 Desember 2021 sehingga populasinya menjadi berjumlah 779 orang. Sedangkan pada penelitian ini sampel atau respondennya dihitung dengan menggunakan teknik rumus taro yamane dengan signifikansi 10% dan memiliki hasil responden menjadi 89 orang.

Setelah mengetahui data populasi dan sampel untuk penelitian ini, penelitian ini dilakukan analisis data kepada 89 responden tersebut. Dengan ini, dapat diketahui mayoritas responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 47 orang dengan frekuensi 52,8%, responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 42 orang dengan frekuensi 47,2%. Selain itu data usia responden dengan mayoritas usia 18-20 tahun berjumlah 10 orang dengan frekuensi 11,2%, usia 21-23 tahun berjumlah 71 orang dengan frekuensi 79,8%, usia 24-26 tahun berjumlah 4 orang dengan frekuensi 4,5% dan usia diatas 27-30 tahun berjumlah 4 orang

dengan frekuensi 4,5%. Adapun data tingkatan pendidikan responden dengan mayoritas pendidikan SMA/Sederajat berjumlah 26 orang dengan frekuensi 29,2%, pendidikan D3 berjumlah 9 orang dengan frekuensi 10,1% dan pendidikan S1 berjumlah 54 orang dengan frekuensi 60,7%. Lalu juga terdapat data pekerjaan responden yang mana bermayoritas pekerjaan pelajar/mahasiswa berjumlah 65 orang dengan frekuensi 73%, pegawai swasta sebanyak 14 orang dengan frekuensi 15,7%, dan lainnya berjumlah 10 orang dengan frekuensi 11,2%. Dengan hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa penelitian pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet didominasi oleh mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan rentang usia dari 21 hingga 23 tahun yang memiliki latar belakang pendidikan S1 dan mayoritas pelajar atau mahasiswa.

Berdasarkan hasil pernyataan pada setiap variabel dapat diketahui bahwa pengaruh dari masing-masing variabel menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel *Brand Awareness* (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan menunjukkan pengaruh yang positif. Pada variabel penelitian ini memenuhi ketentuan uji validitas dengan hasil perhitungan dari r hitung $>$ r tabel yang telah memenuhi syarat atau kevalidan yang dapat dilihat pada hasil uji validitas. Untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidaknya *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk sepatu Aerostreet maka dari itu perlu dilakukannya pengujian hipotesis yang terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t dengan tujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi. Untuk itu kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai t hitung lebih besar dari t tabel.

Hasil penelitian yang dilakukan dilihat pada hasil uji hipotesis yakni dapat diketahui bahwa t hitung $>$ t tabel ($15,158 > 1,662$) dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,01$. Dengan ini dapat disimpulkan H_a diterima dan H_o ditolak. Maka variabel X yaitu *brand awareness*

berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sehingga dapat dikatakan bahwa *brand awareness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang mengartikan H1 dapat diterima. Dari hasil perhitungan uji F diatas dapat diketahui F hitung > F tabel ($229.751 > 2,36$) dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,1 atau 10%. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan menerima H_a , bisa diartikan bahwa variabel *brand awareness* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil R Square atau R^2 diatas adalah sebesar 0,725. Artinya bahwa variabel dependen yaitu loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel independen yaitu sales promotion sebesar 72,5%, sementara 27,5% ($100\% - 72,5\%$) dipengaruhi oleh variabel lain.

Hal ini membuktikan bahwa adanya *brand awareness* dalam produk sepatu Aerostreet maka semakin meningkatkan keputusan pembelian. *brand awareness* atau kesadaran merek yaitu menunjukkan kesanggupan konsumen atau calon konsumen dalam mengingat kembali atau mengenali bahwa suatu merek adalah bagian dari kategori produk tertentu. Aaker (1991:61) dalam (Firmansyah, 2019:87). Pengambilan keputusan pembelian merupakan sesuatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat untuk mendapatkan dan mempergunakan produk yang ditawarkan. Kotler dan Armstrong (2018:179) Pengambilan keputusan pembelian merupakan sesuatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat untuk mendapatkan dan mempergunakan produk yang ditawarkan.

