

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Lumao *thrift store* merupakan *Brand* produk fashion dari Bekasi. Lumao *thrift store* didirikan oleh Erlangga Prasetyo. Lumao *thrift store* memulai membuka usaha pada tahun 2019. Awal mula berdirinya brand Lumao *thrift store* ketika pemilik baru saja menyelesaikan Pendidikan SMA, kemudian pemilik membuka cabang pertama yang berlokasi di Jalan Candrabaga, saat membuka cabang pertama Lumao *thrift store* berjualan menggunakan mobil kemudian barang-barang yang dijual oleh Lumao *thrift store* dipajang di pinggir jalan. Setelah berjualan selama 6 bulan di jalan candrabaga Lumao *thrift store* pindah ke jalan Marrakash square yang lokasinya tidak jauh dari lokasi sebelumnya. Setelah berjualan selama 3 bulan di jalan marrakash square, Lumao *thrift store* pindah kembali ke Ujung menteng, Jakarta timur. Saat ini Lumao *thrift store* memiliki 3 cabang, yaitu : Pasar senen, Pasar baru, dan Cakung. Lumao *thrift store* menjual berbagai macam kategori pakaian yang diantaranya :





**Gambar 4. 1 Produk Lumao *thrift***

Sumber : Instagram @Lumao\_Ujungmenteng

Lumao *thrift store* menyediakan seperti kemeja, baju, jaket, sepatu, topi, dll dengan produk yang kualitasnya sangat baik dan harga yang terjangkau di kalangan masyarakat.

Saat ini Lumao *thrift store* memiliki karyawan sebanyak 9 orang di semua cabang. Pada saat ini Lumao *thrift store* memiliki beberapa pesaing beserta pengikut akun instagramnya , yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4. 1 Jumlah Pengikut Instagram**

Nama Instagram	Jumlah Pengikut
@Lumao_Ujungmenteng	9.719
@Plastikmerah.id	1.095
@Looked_.id	773
@alindstuff	3.045

dari ketiga kompetitor tersebut lumao *thrift store* memiliki jumlah pengikut yang lebih banyak. Maka dari itu peneliti memilih lumao *thrift store* sebagai objek dalam penelitian saat ini.

### 1. Tentang Lumao *thrift store*



Gambar 4. 2 Logo Lumao *thrift store*

Lumao *thrift store* telah berdiri sejak 18 Juli 2019 bertempat di daerah Jalan irigasi depan perikanan Ujung menteng, Jakarta timur. Lumao *thrift store* memiliki cabang di beberapa tempat yaitu: Ujung menteng, Pasar baru, dan Pasar senen. Lumao *thrift store* salah satu toko yang menjual produk *thrift* dari produk baju, celana, jaket, sepatu, topi. Lumao *thrift store* memiliki beberapa keunggulan karena produk nya selalu terbaru, kualitas produk sebelum dijual dijamin kebersihannya dikarenakan di *laundry* terlebih dahulu dan memiliki harga yang terjangkau untuk anak muda.

Lumao *thrift store* dalam meningkatkan *brand awareness* menggunakan sosial media Instagram, yang dimana Lumao *thrift store* sering mengadakan live Instagram. Pada live tersebut dibawakan oleh pemilik beserta karyawan dari Lumao *thrift store*. Selain itu Lumao *thrift store* juga mengunggah produk-produk terbaru yang ada di toko ke dalam akun instagramnya yang bernama @Lumao\_Ujungmenteng dengan bertujuan agar konsumen selalu ingat dengan Lumao *thrift store*.

## A. Hasil penelitian

### 1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden. Untuk mengetahui gambaran responden terhadap *Brand awareness* Lumao *thrift store* terhadap minat beli konsumen. Penelitian tersebut dilakukan melalui Google Formulir yang disebarakan melalui *Direct message* pada pengikut akun Instagram @Lumao\_Ujungmenteng, mulai tanggal 11 Juli 2022. Dalam penelitian ini responden diwajibkan mengisi (2) buah pertanyaan yang telah dibagi menjadi beberapa kategori sebagai berikut :

#### a. Usia

**Tabel 4. 2 Usia**

**N=83**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
18 - 23 tahun	76	91.6%
24 - 29 tahun	7	8.4%
>30 tahun	0	0
<b>Jumlah</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel usia di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui responden berusia 18-23 tahun sebanyak 76 orang dengan persentase 91,6% berusia 24-29 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase 8,4%. Dari data yang diperoleh dapat terlihat bahwa dalam penelitian ini responden didominasi oleh orang yang berusia 18-23 tahun.

## b. Jenis Kelamin

**Tabel 4. 3 Jenis Kelamin**

**N=83**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki - laki	44	53.0%
Perempuan	39	47.0%
<b>Jumlah</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel jenis kelamin di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100%. Dapat diketahui jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 44 orang dengan persentase 53,0%, dan perempuan sebanyak 39 orang dengan persentase 47,0%. Dari data yang diperoleh dapat terlihat bahwa dalam penelitian ini responden didominasi oleh laki-laki.

## 2. Pernyataan Variabel X (*Brand Awareness*)

Pada Variabel (X) ini menggunakan 4 dimensi, yaitu : *Recall*, *Recognition*, *Purchase*, dan *Consumption* yang disusun sebanyak 22 (dua puluh dua) item pernyataan dengan hasil penelitian sebagai berikut :

### a. *Recall*

**Tabel 4. 4 memiliki nama Instagram yang mudah diingat**

**N=83**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	35	42,2%
2.	Setuju	40	48,2%
3.	Tidak Setuju	8	9,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 35 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 42,2% sebanyak 40 menjawab setuju dengan persentase 48,2 % sebanyak 8 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 9,6%

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Lumao *thrift store* memiliki nama Instagram yang mudah diingat.

**Tabel 4. 5 Mengenali Lumao *thrift store* dari logo karena mudah diingat**

**N=83**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	31	37,3%
2.	Setuju	46	55,4%
3.	Tidak Setuju	5	6,0%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 37,3% sebanyak 46 menjawab setuju dengan persentase 55,4 % sebanyak 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 6,0% dan sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,2%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Dapat mengenali Lumao *thrift store* dengan melihat dari logo karena mudah diingat.

**Tabel 4. 6 Mudah dikenali karena selalu *update* di instagram**

**N=83**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	35	42,2%
2.	Setuju	42	50,6%
3.	Tidak Setuju	6	7,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 35 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 42,2% sebanyak 42 menjawab setuju dengan persentase 50,6 % sebanyak 6 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 7,2%

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Lumao *thrift store* mudah dikenali karena selalu *update* di Instagram.

**Tabel 4. 7 Mudah mengenali karena sering muncul di instagram**

**N=83**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	29	34,9%
2.	Setuju	39	47,0%
3.	Tidak Setuju	14	16,9%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 34,9% sebanyak 39 menjawab setuju dengan persentase 47,0 % sebanyak 14 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 16,9% dan sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,2%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa mudah mengenali Lumao *thrift store* karena sering muncul di explore Instagram.

**Tabel 4. 8 Memiliki kualitas produk yang baik di kalangan masyarakat**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	39	47,0%
2.	Setuju	42	50,6%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 39 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 47,0% sebanyak 42 menjawab setuju dengan persentase 50,6 % sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Lumao *thrift store* memiliki kualitas produk yang baik di kalangan masyarakat.



**Tabel 4. 9 Memiliki kualitas yang sangat diminati oleh masyarakat**

**N=83**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	37	44,6%
2.	Setuju	42	50,6%
3.	Tidak Setuju	4	4,8%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 44,6% sebanyak 42 menjawab setuju dengan persentase 50,6 % sebanyak 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,8%

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Lumao *thrift store* memiliki kualitas yang sangat diminati oleh masyarakat.

***b. Recognition***

**Tabel 4. 10 Memiliki kesan yang baik saat ingin berbelanja**

**N=83**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	32	38,6%
2.	Setuju	48	57,8%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38,6% sebanyak 48 menjawab setuju dengan persentase 57,8 % sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa memiliki kesan yang baik terhadap Lumao *thrift store* saat ingin berbelanja.

**Tabel 4. 11 Memiliki kesan yang baik terhadap pelayanan yang diberikan**

**N=83**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	34	41,0%
2.	Setuju	47	56,6%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 34 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 41,0% sebanyak 47 menjawab setuju dengan persentase 56,6 % sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa memiliki kesan yang baik terhadap Lumao *thrift store* karena pelayanan yang diberikan.

**Tabel 4. 12 Aktifitas yang dilakukan melalui Instagram**

N=83

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	40	48,2%
2.	Setuju	40	48,2%
3.	Tidak Setuju	3	4,0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 40 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 48,2% sebanyak 40 menjawab setuju dengan persentase 48,2 % sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,0%

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa aktifitas yang dilakukan *lumao thrift store* melalui Instagram membuat tertarik untuk membeli.

**Tabel 4. 13 Membeli produk karena menawarkan melalui *live* instagram**

N=83

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	32	38,6%
2.	Setuju	43	51,8%
3.	Tidak Setuju	8	9,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38,6% sebanyak 43 menjawab setuju dengan persentase 51,8 % sebanyak 8 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 9,6%

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa membeli produk Lumao *thrift store* karena aktifitas saat menawarkan produk yang dilakukan melalui *live* Instagram.

**Tabel 4. 14 Foto yang diunggah di Instagram menarik perhatian**

**N=83**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	37	44,6%
2.	Setuju	45	54,2%
3.	Tidak Setuju	1	1,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 44,6% sebanyak 45 menjawab setuju dengan persentase 54,2 % sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,2%

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa foto yang diunggah di Instagram Lumao *thrift store* menarik perhatian.

**Tabel 4. 15 berhasil menarik perhatian untuk membeli pakaian**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	36,1%
2.	Setuju	52	62,7%
3.	Tidak Setuju	1	1,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36,1% sebanyak 52 menjawab setuju dengan persentase 62,7 % sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,2%

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Lumao *thrift store* berhasil menarik perhatian untuk membeli pakaian.

**c. Purchase.**

**Tabel 4. 16 Menceritakan pengalaman positif kepada teman saat berbelanja**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	43,4%
2.	Setuju	39	47,0%
3.	Tidak Setuju	8	9,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 43,4% sebanyak 39 menjawab setuju dengan persentase 47,0 % sebanyak 8 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 9,6%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa bersedia menceritakan pengalaman positif kepada teman saat berbelanja di Lumao *thrift store*.

**Tabel 4. 17 Menceritakan pengalaman positif kepada teman dan keluarga**

N=83

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	31	37,3%
2.	Setuju	42	50,6%
3.	Tidak Setuju	10	12,0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 37,3% sebanyak 42 menjawab setuju dengan persentase 50,6 % sebanyak 10 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 12,0%

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa menceritakan pengalaman positif kepada teman dan keluarga setelah menggunakan brand Lumao *thrift store*.

**Tabel 4. 18 Merekomendasikan kepada keluarga dan teman**

N=83

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	36,1%
2.	Setuju	47	56,6%
3.	Tidak Setuju	6	7,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36,1% sebanyak 47 menjawab setuju dengan persentase 56,6 % dan sebanyak 6 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 7,2%

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa merekomendasikan brand Lumao *thrift store* kepada keluarga dan teman.

**Tabel 4. 19 Pertama kali direkomendasikan ketika teman membeli pakaian**

N=83

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	27	32,5%
2.	Setuju	41	49,4%
3.	Tidak Setuju	13	15,7%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2,4%
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,5% sebanyak 41 menjawab setuju dengan persentase 49,4 % sebanyak 13 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 15,7% dan sebanyak 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2,4%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Lumao adalah *brand* yang pertama kali direkomendasikan ketika teman ingin membeli pakaian

**Tabel 4. 20 Bersedia untuk melakukan pembelian kembali**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	28	33,7%
2.	Setuju	45	54,2%
3.	Tidak Setuju	10	12,0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 33,7% sebanyak 45 menjawab setuju dengan persentase 54,2 % sebanyak 10 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 12,0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa bersedia untuk melakukan pembelian kembali *brand* Lumao *thrift store* saat ingin membeli pakaian.



**Tabel 4. 21 Melakukan pembelian kembali pada saat mengadakan promosi**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	35	42,2%
2.	Setuju	45	54,2%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 35 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 42,2% sebanyak 45 menjawab setuju dengan persentase 54,2 % sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa tertarik untuk melakukan pembelian kembali pada saat Lumao *thrift store* mengadakan promosi.

#### d. Consumption

**Tabel 4. 22 Membeli barang baru yang ditawarkan di Instagram**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	37	44,6%
2.	Setuju	36	43,4%
3.	Tidak Setuju	10	12,0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan persentase

44,6% sebanyak 36 menjawab setuju dengan persentase 43,4 % sebanyak 10 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 12,0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa bersedia untuk membeli barang baru yang ditawarkan di Instagram Lumao *thrift store*.

**Tabel 4. 23 Senang saat membeli setiap produk baru di Instagram**

**N=83**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	25	30,1%
2.	Setuju	51	61,4%
3.	Tidak Setuju	7	8,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 25 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 30,1% sebanyak 51 menjawab setuju dengan persentase 61,4 % sebanyak 7 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 8,4%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa senang saat membeli setiap produk baru yang ditawarkan di Instagram Lumao *thrift store*.

**Tabel 4. 24 Sering memberikan komentar baik pada kolom Instagram**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	28	33,73%
2.	Setuju	42	50,6%
3.	Tidak Setuju	10	12,0%
4.	Sangat Tidak Setuju	3	3,6%
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 33,73% sebanyak 42 menjawab setuju dengan persentase 50,6 % sebanyak 10 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 12,0% dan sebanyak 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 3,6%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa sering memberikan komentar baik pada kolom Instagram Lumao *thrift store*.

**Tabel 4. 25 Memberikan komentar baik setelah melakukan pembelian**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	27	32,5%
2.	Setuju	50	60,2%
3.	Tidak Setuju	4	4,8%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2,4%
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan persentase

32,5% sebanyak 50 menjawab setuju dengan persentase 60,2 % sebanyak 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,8% dan sebanyak 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2,4%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa memberikan komentar baik setelah melakukan pembelian secara online di Lumao *thrift store*.

### 3. Pernyataan Variabel Y (Minat Beli)

Pada variabel (Y) ini menggunakan 4 (empat) dimensi, yaitu : *Transaksional*, *Referensial*, *Preferensial*, dan *Eksploratif* yang disusun sebanyak 20 (dua puluh) item pernyataan dengan hasil penelitian sebagai berikut :

#### a. *Transaksional*

**Tabel 4. 26 Mendapatkan informasi secara mudah saat ingin membeli**

N=83

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	43,4%
2.	Setuju	44	53,0%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 43,4% sebanyak 44 menjawab setuju dengan persentase 53,0 % sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa mendapatkan informasi secara mudah saat ingin membeli pakaian di Lumao *thrift store*.

**Tabel 4. 27 Foto terbaru, konsumen mendapatkan informasi mudah**

N=83

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	37	44,6%
2.	Setuju	45	54,2%
3.	Tidak Setuju	1	1,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 44,6% sebanyak 45 menjawab setuju dengan persentase 54,2 % sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,2%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa pada saat Lumao *thrift store* mengunggah foto secara detail produk terbaru, konsumen merasa mendapatkan informasi secara mudah.

**Tabel 4. 28 Lumao *thrift store* memiliki berbagai macam jenis produk**

N=83

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	37	44,6%
2.	Setuju	46	55,4%
3.	Tidak Setuju	-	-
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 44,6% sebanyak 46 menjawab setuju dengan persentase 55,4 %.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Lumao *thrift store* memiliki berbagai macam jenis produk.

**Tabel 4. 29 Tertarik membeli karena memiliki berbagai macam produk**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	35	42,2%
2.	Setuju	46	55,4%
3.	Tidak Setuju	2	2,4%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 35 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 42,2% sebanyak 46 menjawab setuju dengan persentase 55,4 % sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 2,4%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen tertarik untuk membeli brand Lumao *thrift store* karena memiliki berbagai macam jenis produk yang bervariasi.

**Tabel 4. 30 Lumao memiliki reputasi yang baik dikalangan konsumen**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	37	44,6%
2.	Setuju	41	49,4%
3.	Tidak Setuju	5	6,0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 44,6% sebanyak 41 menjawab setuju dengan persentase 49,4 % sebanyak 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 6,0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Lumao *thrift store* memiliki reputasi yang baik dikalangan konsumen.

**Tabel 4. 31 Rekomendasi dari teman karena memiliki reputasi yang baik**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	40	48,2%
2.	Setuju	39	47,0%
3.	Tidak Setuju	4	4,8%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 40 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 48,2% sebanyak 39 menjawab setuju dengan persentase 47,0 % sebanyak 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,8%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan sangat setuju bahwa konsumen mendapatkan rekomendasi dari teman karena Lumao *thrift store* memiliki reputasi yang baik.

**b. Referensial**

**Tabel 4. 32 Produk Lumao memiliki kualitas yang sesuai**

**N=83**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	30	36,1%
2.	Setuju	52	62,7%
3.	Tidak Setuju	1	1,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36,1% sebanyak 52 menjawab setuju dengan persentase 62,7 % sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,2%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa produk yang ada di Lumao *thrift store* memiliki kualitas yang sesuai dengan keinginan konsumen.

**Tabel 4. 33 Tertarik untuk membeli karena kualitas sesuai kebutuhan**

**N=83**



No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	30	36,1%
2.	Setuju	50	60,2%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36,1% sebanyak 50 menjawab setuju dengan persentase 60,2 % sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen tertarik untuk membeli brand Lumao *thrift store* karena kualitas sesuai dengan keinginan yang di butuhkan.

**Tabel 4. 34 Lumao memiliki harga pakaian terjangkau**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	36	43,4%
2.	Setuju	43	51,8%
3.	Tidak Setuju	4	4,8%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan persentase

43,4% sebanyak 43 menjawab setuju dengan persentase 51,8 % sebanyak 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,8%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Lumao *thrift store* memiliki harga pakaian terjangkau.

**Tabel 4. 35 Membeli produk karena harga pakaian terjangkau**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	33	39,8%
2.	Setuju	47	56,6%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 33 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 39,8% sebanyak 47 menjawab setuju dengan persentase 56,6 % sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen tertarik membeli produk Lumao *thrift store* karena memiliki harga pakaian yang terjangkau.

### *c. Preferensial*

**Tabel 4. 36 Mengikuti event karena ingin mendapatkan giveaway**

N=83

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	27	32,5%
2.	Setuju	45	54,2%
3.	Tidak Setuju	9	10,8%
4.	Sangat Tidak Setuju	2	2,4%
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 32,5% sebanyak 45 menjawab setuju dengan persentase 54,2 % sebanyak 9 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 10,8% dan sebanyak 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 2,4%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen bersedia mengikuti *event Lumao thrift store* karena ingin mendapatkan hadiah *giveaway*.

**Tabel 4. 37 Ingin membeli produk karena hadiah giveaway**

N=83

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	29	34,9%
2.	Setuju	45	54,2%
3.	Tidak Setuju	6	7,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	3	3,6%
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan persentase

34,9% sebanyak 45 menjawab setuju dengan persentase 54,2% sebanyak 6 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 7,2% dan sebanyak 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 3,6%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen ingin membeli produk Lumao *thrift store* karena ingin mendapatkan hadiah *giveaway*.

**Tabel 4. 38 Membeli setiap produk baru di Lumao *thrift store***

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	25	30,1%
2.	Setuju	46	55,4%
3.	Tidak Setuju	11	13,3%
4.	Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 25 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 30,1% sebanyak 46 menjawab setuju dengan persentase 55,4 % sebanyak 11 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 13,3% dan sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 1,2%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen bersedia membeli setiap produk baru di Lumao *thrift store*.

**Tabel 4. 39 Puas setelah melakukan pembelian produk baru**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	31	37,3%
2.	Setuju	48	57,8%
3.	Tidak Setuju	4	4,8%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 37,3% sebanyak 48 menjawab setuju dengan persentase 57,8 % sebanyak 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,8%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen merasa puas setelah melakukan pembelian produk baru yang ada di Lumao *thrift store*.

**Tabel 4. 40 Lumao sudah menjadi pilihan utama ketika mencari pakaian**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	29	34,9%
2.	Setuju	42	50,6%
3.	Tidak Setuju	9	10,8%
4.	Sangat Tidak Setuju	3	3,6%
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan persentase

34,9% sebanyak 42 menjawab setuju dengan persentase 50,6 % sebanyak 9 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 10,8% dan sebanyak 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 3,6%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Lumao *thrift store* sudah menjadi pilihan utama ketika mencari *brand* pakaian.

**Tabel 4. 41 Menjadikan pilihan utama meskipun harga lebih mahal**

**N=83**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	23	27,7%
2.	Setuju	38	45,8%
3.	Tidak Setuju	17	20,5%
4.	Sangat Tidak Setuju	5	6,0%
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 23 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 27,7% sebanyak 38 menjawab setuju dengan persentase 45,8 % sebanyak 17 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 20,5% dan sebanyak 5 orang menjawab sangat tidak setuju dengan persentase 6,0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa tetap menjadikan pilihan utama *brand* Lumao *thrift store* meskipun harga lebih mahal dari *brand* lain.

**d. Eksploratif**

**Tabel 4. 42 Kegiatan promosi berhasil membuat konsumen tertarik**

N=83

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	33	39,8%
2.	Setuju	47	56,6%
3.	Tidak Setuju	3	3,6%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 33 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 39,8% sebanyak 47 menjawab setuju dengan persentase 56,6 % sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 3,6%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa kegiatan promosi yang dilakukan Lumao *thrift store* berhasil membuat konsumen tertarik.

**Tabel 4. 43 Membeli produk karena kegiatan promosi sangat menarik**

N=83

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Setuju	32	38,6%
2.	Setuju	50	60,2%
3.	Tidak Setuju	1	1,2%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui

sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38,6% sebanyak 50 menjawab setuju dengan persentase 60,2 % sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 1,2%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa konsumen membeli produk di Lumao *thrift store* karena kegiatan promosi yang dilakukan sangat menarik.

**Tabel 4. 44 Menjual produk yang menarik konsumen untuk membeli**

**N=83**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	30	36,1%
2.	Setuju	48	57,8%
3.	Tidak Setuju	5	6,0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 30 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 36,1% sebanyak 48 menjawab setuju dengan persentase 57,8% sebanyak 5 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 6,0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Lumao *thrift store* menjual produk yang menarik sehingga konsumen terdorong untuk membeli pakaian di *brand* Lumao *thrift store*.



**Tabel 4. 45 Kegiatan yang dilakukan di Instagram terdorong membeli**

**N=83**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	Sangat Setuju	32	38,6%
2.	Setuju	47	56,6%
3.	Tidak Setuju	4	4,0%
4.	Sangat Tidak Setuju	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>83</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 83 orang dengan persentase 100% dapat diketahui sebanyak 32 orang menjawab sangat setuju dengan persentase 38,6% sebanyak 47 menjawab setuju dengan persentase 56,6 % sebanyak 4 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 4,0%.

Dari data yang sudah diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa kegiatan yang dilakukan Lumao *thrift store* di Instagram membuat konsumen terdorong untuk membeli pakaian di brand tersebut.

#### **4. Rekapitulasi Variabel X dan Y**

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indicator atau komponen pendukung variabel X yakni Pengaruh *Brand Awareness* Lumao *thrift store* berdasarkan tabel sebagai berikut.

**Tabel 4. 46 Rekapitulasi Variabel X**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>
1.	X1	3,33
2.	X2	3,29
3.	X3	3,35
4.	X4	3,16
5.	X5	3,45
6.	X6	3,40
7.	X7	3,35
8.	X8	3,39
9.	X9	3,45
10.	X10	3,29
11.	X11	3,43
12.	X12	3,35
13.	X13	3,34
14.	X14	3,25
15.	X15	3,29
16.	X16	3,12
17.	X17	3,22
18.	X18	3,39
19.	X19	3,33
20.	X20	3,22
21.	X21	3,14
22.	X22	3,23
<b>Jumlah</b>		<b>72,77</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>3,30</b>

Sumber: Hasil penelitian Juli 2022

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa *Brand awareness* Lumao *thrift store* tergolong tinggi (Setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel *Brand awareness* (X) sebesar 3,30.

Berikut ini adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung Variabel Y yaitu Minat Beli Konsumen berdasarkan tabel sebagai berikut.

**Tabel 4. 47 Rekapitulasi Variabel Y**

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>
<b>1.</b>	Y1	3,40
<b>2.</b>	Y2	3,43
<b>3.</b>	Y3	3,45
<b>4.</b>	Y4	3,40
<b>5.</b>	Y5	3,39
<b>6.</b>	Y6	3,43
<b>7.</b>	Y7	3,35
<b>8.</b>	Y8	3,33
<b>9.</b>	Y9	3,39
<b>10.</b>	Y10	3,36
<b>11.</b>	Y11	3,17
<b>12.</b>	Y12	3,20
<b>13.</b>	Y13	3,14
<b>14.</b>	Y14	3,33
<b>15.</b>	Y15	3,17
<b>16.</b>	Y16	2,95
<b>17.</b>	Y17	3,36
<b>18.</b>	Y18	3,37
<b>19.</b>	Y19	3,30
<b>20.</b>	Y20	3,34
<b>Jumlah</b>		<b>66,26</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>3,31</b>

Sumber : Hasil Penelitian Bulan Juli 2022

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa Minat Beli Konsumen tergolong tinggi (Setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel Minat Beli Konsumen (Y) sebesar 3,31

## **5. Uji Regresi Linier Sederhana**

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel independent (X) yaitu *Brand awareness* Lumao

*thrift store* terhadap variabel dependent (Y) yaitu Minat Beli Konsumen. Berikut adalah hasil data dari pengolahan SPSS (*Statistic Package for Social Science*) 25.0 for Window:

**Tabel 4. 48 Tabel Model Summary**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.906 <sup>a</sup>	.820	.818	3.878

a. Predictors: (Constant), *Brand awareness*  
Hasil SPSS Versi 25

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independent (X) dengan satu variabel dependent (Y). R disebut sebagai koefisien korelasi antara variabel Pengaruh *Brand Awareness* Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lumao *Thrift Store* dengan nilai R sebesar 0,906 yaitu diantaranya 0,800 – 1,000 artinya hubungan atau korelasi antara variabel *Brand awareness* berpengaruh sangat tinggi atau kuat sekali. Hal tersebut dapat dilihat dari :

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,200 – 0,399 artinya rendah atau lemah tapi pasti
3. 0,400 - 0,599 artinya cukup atau sedang
4. 0,600 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,800 – 1,000 artinya sangat tinggi atau kuat sekali

Sedangkan R square disebut sebagai koefisien determinasi, bisa dijelaskan bahwa nilai R square menunjuk angka 0,820. Angka tersebut dapat diartikan bahwa Minat Beli Konsumen yang disebabkan oleh pengaruh *Brand awareness* Lumao *thrift store* melalui media sosial Instagram sebesar 82,0%, sementara sisanya adalah 18,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian. Nilai R square menunjuk

angka 0,820 atau 82,0% artinya *Brand awareness* berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

Selanjutnya, analisis uji regresi linier sederhana adalah analisis yang bertujuan untuk memperoleh gambaran penuh antara variabel X yaitu *Brand awareness* terhadap variabel Y yaitu Minat Beli Konsumen.

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

**Tabel 4. 49 Tabel Anova**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5553.355	1	5553.355	369.291	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1218.067	81	15.038		
	Total	6771.422	82			

a. Dependent Variable: VAR\_Y

b. Predictors: (Constant), VAR\_X

#### Hasil SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu F sebesar 369.291 dengan nilai signifikansi 0,00 karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu  $0,00 < 0,10$  maka dapat diartikan bahwasanya variabel *Brand awareness* berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus  $< 0,10$ . Maka angka probabilitas (sig)  $0,00 < 0,10$ . Maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh *Brand awareness* Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lumao *Thrift Store*.

Untuk mengetahui persamaan regresi yang bersifat signifikan dan garis regresi berbentuk linier, maka digunakan rumus regresi linier yaitu  $Y = a + bX$ , yaitu sebagaimana dapat dilihat pada analisis berikut :

**Tabel 4. 50 Tabel *Coefficients***

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.980	3.339		2.689	.009
	Minat Beli	.959	.050	.906	19.217	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Hasil SPSS Versi 25

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

Rumus Regresi Linier

$$Y = a + bX$$

$$Y = 8,980 + 0,959$$

$$Y = 9,939$$

Dimana :

$Y$  = Minat Beli Konsumen

$X$  = *Brand awareness*

$a$  = Nilai konstan dari Unstandardized Coefficients. Dalam penelitian ini nilai nya sebesar 8,980

$b$  = Nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,959

Persamaan tersebut menunjukkan , apabila nilai  $X = 0$  maka  $Y = 8,980$  dan jika  $X = 1$  maka  $Y = 9,939$  artinya setiap peningkatan *Brand awareness* Lumao *thrift store* sebesar 1, akan meningkatkan Minat Beli Konsumen sebesar 9,939

## 6. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait *Brand awareness* (X) terhadap Minat Beli (Y) untuk pengujian hipotesis akan menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah sampel

maka dengan demikian :

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

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

Diketahui :

$$n = 83$$

$$r = 0,906$$

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

$$t = \frac{0,906\sqrt{(83-2)}}{\sqrt{(1-0,906^2)}}$$

$$t = \frac{0,906\sqrt{(81)}}{\sqrt{(1-0,81)}}$$

$$t = \frac{0,906 \times 9,0}{\sqrt{0,19}}$$

$$t = \frac{8,154}{0,435}$$

$$t = 18,744$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai  $t_{hitung}$  yaitu 18,744 sedangkan untuk nilai dengan taraf kepercayaan 90% atau signifikansi 10% ( $\alpha = 0,10$  atau 0,1) dapat dicari berdasarkan jumlah

responden atau  $n$ . Dalam penelitian ini jumlah responden ( $n$ ) sebanyak 83, maka derajat bebasnya ( $df$ )  $n - k = 83 - 2 = 81$ . Dengan derajat kebebasan sebesar 81 dan signifikansi 10% adalah 1,66388 dibulatkan menjadi 1,664. Karena nilai  $t_{hitung} (18,744) > t_{tabel} (1,664)$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara *Brand awareness* Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Lumao *Thrift Store*.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu *Brand Awareness* dan Minat Beli. Penelitian dilakukan kepada 83 orang responden merupakan followers Instagram @Lumao\_Ujungmenteng, dapat diketahui bahwa seluruh responden sebanyak 83 orang, persentase 91,6% dalam penelitian ini berusia 18-23 tahun, 8,4% berusia 24-29 Tahun (Tabel 4.2). Identitas responden lainnya dapat dilihat dari jenis kelamin dengan mayoritas laki-laki 53,0% dan perempuan 47,0% (Tabel 4.3).

### 1. *Brand awareness* Lumao *thrift store* terhadap Minat Beli Konsumen.

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa pengaruh *Brand awareness* Lumao *thrift store* memiliki 4 dimensi dan dapat dilihat dari pernyataan pada variabel X di kuesioner penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa dimensi variabel X di kuesioner penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa dimensi *Brand awareness* antara lain *Recall*, *Recognition*, *Purchase*, dan *Consumption* tergolong tinggi (Setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel pengaruh *Brand awareness* Lumao *thrift store* (X) sebesar 3,30 (Tabel 4.44).

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (X) *Brand awareness* pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X11 dengan pernyataan “Foto yang diunggah di Instagram Lumao *thrift store* menarik perhatian saya.” Yaitu sebesar 3,43 (Tabel 4.44) karena dengan *Brand awareness* ini Lumao *thrift store* dengan kekurangan sebelumnya



dapat berupaya untuk menarik perhatian konsumen, dengan kualitas foto produk yang diunggah di Instagram menandakan bahwa *Brand awareness* Lumao *thrift store* dapat menimbulkan minat dan ketertarikan pada orang yang melihatnya.

Promosi yang dilakukan oleh Lumao *thrift store* merupakan teori dari komunikasi pemasaran, yaitu sarana secara langsung atau tidak langsung menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen tentang produk dan merek yang dijual. Selanjutnya Lumao *thrift store* menggunakan cara *social media marketing* yaitu komunikasi elektronik dari orang ke orang di sebuah media yang berhubungan dengan manfaat atau pengalaman membeli dan mengkonsumsi penawaran pasar.

## **2. Minat Beli Konsumen pada Followers Instagram @Lumao\_Ujungmenteng**

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur Minat Beli terdapat empat dimensi yang dilihat dari pernyataan pada variabel Y pada kuesioner penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwasanya dimensi Minat Beli antara lain adalah *Transaksional*, *Referensial*, *Preferensial*, dan *Eksploratif* yang tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Minat Beli (Y) sebesar 3,31 (Tabel 4.45).

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel (Y) Minat Beli pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah Y3 yang memiliki pernyataan “Lumao *thrift store* memiliki berbagai macam jenis produk” yaitu sebesar 3,45 (Tabel 4.45) karena dengan Lumao *thrift store* menyediakan berbagai macam jenis produk, dapat memudahkan konsumen untuk berbelanja.

Selanjutnya komunikasi pemasaran bekerja dengan menunjukan kepada konsumen bagaimana, siapa, di mana, dan kapan suatu produk digunakan. Konsumen dapat mengetahui siapa yang memproduksi barang mereka untuk mencoba dan menggunakannya. Komunikasi pemasaran memungkinkan bisnis untuk menghubungkan merek mereka

ke orang lain. Maka dari itu karena Lumao *thrift store* menyediakan berbagai macam jenis produk, dapat memudahkan konsumen untuk berbelanja.

### **3. Pengaruh *Brand awareness* melalui Media sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Lumao *thrift store* pada pengikut akun Instagram @Lumao\_Ujungmenteng**

Pernyataan pada variabel X (*Brand awareness*) dan variabel Y (Minat Beli) dalam penelitian saat ini telah memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Uji realibilitas pada variabel X (*Brand awareness*) dan variabel Y (Minat Beli) menunjukkan *alpha* hitung yang positif serta pada tingkat realibilitas  $>0,80$  sampai dengan 1,00, maka kuesioner variabel X reliabel sama juga dengan variabel Y reliabel.

Untuk membuktikan adanya pengaruh *Brand awareness* melalui Media sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen pada Lumao *thrift store* maka dilakukan dengan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. dengan uji t bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima yaitu nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapatkan nilai  $t_{hitung}$  18,744 yang lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,664. Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwasanya terdapat pengaruh antara *Brand awareness* Lumao *thrift store* terhadap Minat Beli Konsumen.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut sebagai koefisien korelasi. Maka itu dapat dibaca R atau koefisien korelasi antara *Brand awareness* Lumao *thrift store* terhadap Minat Beli Konsumen sebesar 0,906 yaitu diantara 0,800 – 1000 yang berarti hubungan atau korelasi antara variabel *Brand awareness* atau sangat tinggi atau kuat sekali.

R square yaitu 0,820 yang artinya variabel Y dipengaruhi oleh Variabel X dalam penelitian ini Minat Beli Konsumen dipengaruhi

sebesar 82,0% sementara sisanya adalah 18,0% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa pengikut akun Instagram @Lumao\_Ujungmenteng merasa bahwa *Brand awareness* yang dilakukan Lumao *thrift store* mempengaruhi seseorang untuk memiliki minat beli.

