

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian



Gambar 4.1 Logo Gambaran Umum

Sumber : <https://aerostreet.co.id/ads/marketplace>

PT ADCO Pakis Mas merupakan perusahaan sepatu lokal dengan merk Aerostreet, terletak di Dusun 1 Desa Bentangan, Kecamatan Wonosari Kabupaten Klaten, Jawa Tengah. PT ADCO Pakis Mas didirikan oleh Aditya Casearico pada tahun 2015, awalnya Aerostreet dijual secara offline karena melihat pasar sepatu sekunder untuk menjangkau semua kalangan, senada dengan slogan dari Aerostreet yaitu *Now Everyone Can Buy a Good Shoes*. Dalam perkembangannya sepatu Aerostreet diminati oleh banyak kalangan karena harganya yang terbilang murah sehingga slogan yang dipampang dapat menjadi aksi nyata bagi merk ini.

Mulai bergabung dengan Shopee pada November 2019, Aerostreet secara perlahan meningkatkan angka penjualan sepatu. Hingga saat ini Aerostreet berhasil menjual puluhan ribu sepatu, dengan keberhasilannya itu, Aerostreet kini memiliki gudang dan tim produksi sendiri.

Dengan berbagai program kampanye Shopee serta jumlah pengguna yang menyebar secara nasional, Aerostreet mendapat dampak signifikan sehingga penjualannya meningkat saat kemeriahan hari hari puncak kampanye di Shopee. Shopee juga membuka kesempatan bagi produsen dan penjual lokal untuk bisa memasuki pasar global.

B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden. Untuk mengetahui gambaran responden terhadap Pengaruh *Brand Image* Sepatu AeroStreet Terhadap Loyalitas Konsumen , penelitian ini dilakukan terhadap followers akun Instagram @aerostreet.shoe pada tanggal 2 Februari 2023. Dalam penelitian ini responden diwajibkan mengisi tiga (3) buah pertanyaan yang telah dibagi dalam beberapa kategori, antara lain sebagai berikut :

a. Usia

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20	19	19%
20 – 30	43	43%
30 – 40	24	24%
> 40	14	14%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data dari tabel di atas dapat diuraikan bahwa usia para responden adalah 19 orang untuk tingkat usia < 20 tahun atau sekitar 19%, kemudian ada 43 orang pada usia 20-30 atau sebanyak 43%, ada 24 orang untuk tingkat usia 30-40 tahun atau sekitar 24% dan 14 orang untuk tingkat usia > 40 atau sebanyak 14%.

Dari data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden didominasi oleh orang yang berusia 20-30 tahun.

b. Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	48	48%
Perempuan	52	52%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa presentase jenis kelamin responden mayoritasnya adalah jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 52 orang atau sebesar 52%, sedangkan presentase golongan karyawan yang populasinya paling kecil adalah karyawan laki-laki yaitu sebanyak 48 orang atau sebesar 48%.

Dari data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden didominasi oleh perempuan.

c. Pendapatan Perbulan

Tabel 4.3
Data Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan	Jumlah	Persentase
0 – Rp 1.000.000	12	12%
Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000	15	15%
Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000	11	11%
> Rp. 3.000.000	62	62%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa presentase pendapatan perbulan responden adalah 12 orang untuk pendapatan 0 – Rp 1.000.000 atau sebanyak 12%, ada 15 orang untuk pendapatan Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000 atau sebanyak 15%, kemudian ada 11 orang untuk pendapatan Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 atau sebanyak 11% dan paling banyak ada 62 orang untuk pendapatan > Rp 4.000.000 atau sebanyak 62%.

Dari data yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden didominasi oleh orang yang pendapatannya > Rp 3.000.000.

2. Pernyataan Variable X (*Brand Image*)

Pada Variable (X) ini menggunakan 3 (tiga) dimensi, antara lain *Favoribility*, *Strength* dan *Uniqueness* yang disusun sebanyak 11 (sebelas) item pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut :

a. *Favoribility*

Tabel 4.4
Pernyataan Nomor 1
Produk Aerostreet merupakan produk lokal yang baik dan berkualitas
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Ragu-Ragu	23	23%
4.	Setuju	45	45%
5.	Sangat Setuju	30	30%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2%, kemudian 23 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 23%, kemudian 45 orang menjawab setuju dengan presentase 45% dan 30 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 30%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa produk sepatu Aerostreet merupakan produk lokal yang baik dan berkualitas.

Tabel 4.5
Pernyataan Nomor 2
Produk Aerostreet memiliki model yang beragam
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Ragu-Ragu	18	18%
4.	Setuju	43	43%
5.	Sangat Setuju	38	38%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1%, kemudian 18 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 18%, kemudian 43 orang menjawab setuju dengan presentase 43% dan 38 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 38%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa produk sepatu Aerostreet memiliki varian model yang beragam.

Tabel 4.6
Pernyataan Nomor 3
Menggunakan produk sepatu Aerostreet timbul rasa percaya diri saat memakainya
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Ragu-Ragu	24	24%
4.	Setuju	52	52%
5.	Sangat Setuju	22	22%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2%, kemudian 24 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 24%, kemudian 52 orang menjawab setuju dengan presentase 52% dan 22 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 22%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa menggunakan sepatu Aerostreet timbul rasa percaya diri saat memakainya.

b. Strength

Tabel 4.7

Pernyataan Nomor 4

Produk Aerostreet menggunakan bahan yang berkualitas baik sehingga cukup kuat, lentur dan tidak mudah luntur

N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	3	3%
3.	Ragu-Ragu	28	28%
4.	Setuju	44	44%
5.	Sangat Setuju	25	25%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 3 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 3%, kemudian 28 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 28%, kemudian 44 orang menjawab setuju dengan presentase 44% dan 25 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 25%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Produk Aerostreet menggunakan bahan yang berkualitas baik sehingga cukup kuat, lentur dan tidak mudah luntur.

Tabel 4.8
Pernyataan Nomor 5
Produk sepatu yang nyaman dipakai
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Ragu-Ragu	23	23%
4.	Setuju	47	47%
5.	Sangat Setuju	29	29%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1%, kemudian 23 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 23%, kemudian 47 orang menjawab setuju dengan presentase 47% dan 29 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 29%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Produk sepatu yang nyaman dipakai.

Tabel 4.9
Pernyataan Nomor 6
Produk sepatu Aerostreet menarik untuk dilihat modelnya
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Ragu-Ragu	20	20%
4.	Setuju	45	45%
5.	Sangat Setuju	33	33%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2%, kemudian 20 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 20%, kemudian 45 orang menjawab setuju dengan presentase 45% dan 33 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 33%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Produk sepatu Aerostreet menarik untuk dilihat modelnya.

Tabel 4.10
Pernyataan Nomor 7
Aerostreet memiliki logo yang mudah di ingat
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2.	Tidak Setuju	3	3%
3.	Ragu-Ragu	24	24%
4.	Setuju	36	36%
5.	Sangat Setuju	36	36%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1%, kemudian 3 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 3%, kemudian 24 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 24%, kemudian 36 orang menjawab setuju dengan presentase 36% dan 36 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 36%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Aerostreet memiliki logo yang mudah di ingat.

c. *Uniquesnes*

Tabel 4.11
Pernyataan Nomor 8
Pilihan yang ditawarkan sepatu merek Aerostreet memiliki banyak pilihan warna dan jenis
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Ragu-Ragu	23	23%
4.	Setuju	47	47%
5.	Sangat Setuju	29	29%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1%, kemudian 23 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 23%, kemudian 47 orang menjawab setuju dengan presentase 47% dan 29 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 29%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Pilihan yang ditawarkan sepatu merek Aerostreet memiliki banyak pilihan warna dan jenis.

Tabel 4.12
Pernyataan Nomor 9
Produk Aerostreet memiliki keunikan dengan kolaborasinya
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Ragu-Ragu	28	28%
4.	Setuju	47	47%
5.	Sangat Setuju	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2%, kemudian 28 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 28%, kemudian 47 orang menjawab setuju dengan presentase 47% dan 23 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 23%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Produk Aerostreet memiliki keunikan dengan kolaborasinya.

Tabel 4.13
Pernyataan Nomor 10
Produk sepatu Aerostreet memiliki keunikan tersendiri dari sepatu jenis lainnya
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2.	Tidak Setuju	3	3%
3.	Ragu-Ragu	29	29%
4.	Setuju	45	45%
5.	Sangat Setuju	22	22%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 1 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 1%, kemudian 3 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 3%, kemudian 29 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 29%, kemudian 45 orang menjawab setuju dengan presentase 45% dan 22 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 22%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Produk sepatu Aerostreet memiliki keunikan tersendiri dari sepatu jenis lainnya.

Tabel 4.14
Pernyataan Nomor 11
Produk sepatu lokal yang mengangkat nilai budaya
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Ragu-Ragu	24	24%
4.	Setuju	40	40%
5.	Sangat Setuju	34	34%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2%, kemudian 24 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 24%, kemudian 40 orang menjawab setuju dengan presentase 40% dan 34 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 34%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa Produk sepatu lokal yang mengangkat nilai budaya.

3. Pernyataan Variable Y (Loyalitas Konsumen)

Pada Variable (Y) ini menggunakan 3 (tiga) dimensi, antara lain *Recomended*, *Refuse* dan *Repeat Purchase* yang disusun sebanyak 9 (sembilan) item pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut :

a. *Recommended*

Tabel 4.15
Pernyataan Nomor 1
Saya akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk membeli
produk sepatu Aerostreet
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Ragu-Ragu	30	30%
4.	Setuju	49	49%
5.	Sangat Setuju	20	20%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 1 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 1%, kemudian 30 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 30%, kemudian 49 orang menjawab setuju dengan presentase 49% dan 20 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 20%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk membeli produk sepatu Aerostreet.

Tabel 4.16
Pernyataan Nomor 2
Saya menyukai model-model sepatu Aerostreet
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Ragu-Ragu	23	23%
4.	Setuju	56	56%
5.	Sangat Setuju	19	19%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2%, kemudian 23 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 23%, kemudian 56 orang menjawab setuju dengan presentase 56% dan 19 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 19%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden menyukai model-model sepatu Aerostreet.

Tabel 4.17
Pernyataan Nomor 2
Saya akan mengatakan hal-hal positive sepatu Aerostreet
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Ragu-Ragu	25	25%
4.	Setuju	50	50%
5.	Sangat Setuju	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2%, kemudian 25 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 25%, kemudian 50 orang menjawab setuju dengan presentase 50% dan 23 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 23%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden akan mengatakan hal-hal positive sepatu Aerostreet.

b. Refuse

Tabel 4.18
Pernyataan Nomor 4
Saya berkomitmen untuk tetap menjadi pelanggan sepatu Aerostreet
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3%
2.	Tidak Setuju	4	4%
3.	Ragu-Ragu	39	39%
4.	Setuju	41	41%
5.	Sangat Setuju	13	13%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 3 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 3%, kemudian 4 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 4%, kemudian 39 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 39%, kemudian 41 orang menjawab setuju dengan presentase 41% dan 13 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 13%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden berkomitmen untuk tetap menjadi pelanggan sepatu Aerostreet.

Tabel 4.19
Pernyataan Nomor 5
Saya tidak akan mencoba produk lain yang ditawarkan selain produk sepatu Aerostreet
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	5	5%
2.	Tidak Setuju	14	14%
3.	Ragu-Ragu	43	43%
4.	Setuju	26	26%
5.	Sangat Setuju	12	12%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 5 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 5%, kemudian 14 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 14%, kemudian 43 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 43%, kemudian 26 orang menjawab setuju dengan presentase 26% dan 12 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 12%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan ragu-ragu bahwa responden tidak akan mencoba produk lain yang ditawarkan selain produk sepatu Aerostreet.

Tabel 4.20
Pernyataan Nomor 6
Saya akan menjadikan produk sepatu Aerostreet menjadi refrensi
utama untuk membeli sepatu
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2.	Tidak Setuju	29	29%
3.	Ragu-Ragu	39	39%
4.	Setuju	37	37%
5.	Sangat Setuju	13	13%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2%, kemudian 29 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 29%, kemudian 39 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 39%, kemudian 37 orang menjawab setuju dengan presentase 37% dan 13 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 13%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan ragu-ragu bahwa responden akan menjadikan produk sepatu Aerostreet menjadi refrensi utama untuk membeli sepatu.

c. Repeat Purchase

Tabel 4.21
Pernyataan Nomor 7 Saya puas menggunakan
sepatu Aerostreet N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2.	Tidak Setuju	3	3%
3.	Ragu-Ragu	25	25%
4.	Setuju	52	52%
5.	Sangat Setuju	18	18%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data dioleh peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2%, kemudian 3 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 3%, kemudian 25 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 25%, kemudian 52 orang menjawab setuju dengan presentase 52% dan 18 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 18%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden puas menggunakan sepatu Aerostreet.

Tabel 4.22
Pernyataan Nomor 8
Saya membeli model sepatu Aerostreet lainnya N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2.	Tidak Setuju	5	5%
3.	Ragu-Ragu	34	34%
4.	Setuju	44	44%
5.	Sangat Setuju	15	15%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data dioleh peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 2 orang menjawab sangat tidak setuju dengan presentase 2%, kemudian 5 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 5%, kemudian 34 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 34%, kemudian 44 orang menjawab setuju dengan presentase 44% dan 15 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 18%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden membeli model sepatu Aerostreet lainnya.

Tabel 4.23
Pernyataan Nomor 9
Saya tertarik dengan promo-promo yang ditawarkan sepatu Aerostreet
N = 100

No.	Pernyataan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Ragu-Ragu	25	25%
4.	Setuju	49	49%
5.	Sangat Setuju	24	24%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 100 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 2 orang menjawab tidak setuju dengan presentase 2%, kemudian 25 orang menjawab ragu-ragu dengan presentase 25%, kemudian 49 orang menjawab setuju dengan presentase 49% dan 24 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 24%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat disimpulkan, menyatakan setuju bahwa responden tertarik dengan promo-promo yang ditawarkan sepatu Aerostreet.

4. Rekapitulasi Variabel X dan Y

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variable X yakni *Brand Image* berdasarkan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.24
Rekapitulasi Variabel X

No.	Pernyataan	Mean
1	X.1	4,03
2	X.2	4,18
3	X.3	3,94
4	X.4	3,91
5	X.5	4,04
6	X.6	4,09
7	X.7	4,03
8	X.8	4,04
9	X.9	3,91
10	X.10	3,84
11	X.11	4,06
Jumlah		44,07
Rata-Rata		4,01

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan rekapitulasi variable X diatas maka dapat dilihat bahwa nilai terendah yaitu ada pada X.10 sebesar 3,84 dengan isi pernyataan “produk sepatu Aerostreet memiliki keunikan tersendiri dari sepatu sejenis lainnya”, sedangkan nilai tertinggi ada pada pernyataan X.2 sebesar 4,18 dengan isi pernyataan “produk Aerostreet memiliki varian model yang beragam”.

Tabel 4.25
Rekapitulasi Variabel Y

No.	Pernyataan	Mean
1	Y.1	3,88
2	Y.2	3,92
3	Y.3	3,94
4	Y.4	3,57
5	Y.5	3,26
6	Y.6	3,50
7	Y.7	3,81
8	Y.8	3,65
9	Y.9	3,95
Jumlah		33,48
Rata-Rata		3,72

Sumber : Data diolah peneliti (2023)

Berdasarkan rekapitulasi variable Y diatas maka dapat dilihat bahwa nilai terendah yaitu ada pada pernyataan Y.5 sebesar 3,26 dengan isi pernyataan “saya tidak akan mencoba produk lain yang ditawarkan selain produk sepatu Aerostreet”, sedangkan nilai tertinggi terdapat pada pernyataan Y.9 sebesar 3,95 dengan isi pernyataan “saya tertarik dengan promo – promo yang ditawarkan sepatu Aerostreet”.

Data diatas merupakan hasil rekapitulasi dari hasil para responden variable X dan Y, dimana data diatas menjelaskan mean atau rata – rata jawaban setiap pernyataan yang ada pada gform yang telah disebar kepada *followers* akun Instagram @aerostreet.shoe.

5. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dalam penelitian ini adalah *Brand Image* (X) Loyalitas Konsumen (Y). Berikut ini hasil pengolahan regresi dengan SPSS Versi 25 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.26
Uji Regresi Linear Sederhana Brand Image (X) Terhadap Loyalitas
Konsumen (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.662	.658	3.41947

a. Predictors: (Constant), Brand Image
 Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variable *Independen* (X) dengan satu variable *dependen* (Y). R disebut sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variable Pengaruh *Brand Image* Sepatu Aerostreet Terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 0,813 yaitu diantara 0,800-0,1000 artinya hubungan atau korelasi variable *Brand Image* berpengaruh sangat tinggi. 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. 0,800-0,1000 artinya sangat tinggi atau kuat sekali

Sedangkan R square disebut sebagai koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,813. Angka tersebut dapat diartikan bahwa Loyalitas Konsumen yang disebabkan oleh pengaruh *Brand Image* sebesar 81,3%, sementara sisanya 18,7% dipengaruhi faktor lain diluar variable penelitian nilai R square menunjukkan angka 0,662 atau 66,2% artinya *Brand Image* Sepatu Aerostreet berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen.

Selanjutnya, yaitu analisis uji regresi linear sederhana yaitu analisis yang bertujuan untuk memperoleh gambaran penuh antara variabel X yaitu *Brand Image* terhadap variabel Y yaitu Loyalitas Konsumen.

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

Tabel 4.27
Tabel ANOVA
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2241.068	1	2241.068	191.663	.000 ^b
	Residual	1145.892	98	11.693		
	Total	3386.960	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

b. Predictors: (Constant), Brand Image

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 26

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 191.663 dengan nilai signifikan 0,00 karena nilai signifikan yang diperoleh lebih kecil dari 0,10 yaitu $0,00 < 0,10$ maka dapat diartikan bahwa variable *Brand Image* berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus $< 0,10$, karena angka probabilitas (sig) $0,00 < 0,10$ maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh *Brand Image* terhadap Loyalitas Konsumen.

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

Tabel 4.28
Tabel Coefficients

		Coefficients ^a		Standardized		
		Unstandardized Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.661	2.252		1.181	.240
	Brand Image	.699	.051	.813	13.844	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS 26

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

Rumus Regresi Linier

$$Y = a + bX$$

$$Y = 2.661 + 0.699$$

Dimana :

Y = Loyalitas Konsumen

X = *Brand Image*

a = nilai konstan dari Understandardized Coefficients. Dalam penelitian ini sebesar 2,661

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,699

Persamaan tersebut menunjukkan, apabila nilai X = 0 maka Y = 2,661 dan jika X =1 maka Y = 3.360. Artinya setiap peningkatan *Brand Image* Sepatu Aerostreet sebesar 1, akan meningkatkan Loyalitas Konsumen sebesar 3.360

6. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait *Product Placement* (X) terhadap *Brand Awareness* (Y) untuk pengujian hipotesis 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 $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 ditolak dan H1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 diterima dan H1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Diketahui :

$$n = 100$$

$$r = 0,813$$

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

$$t = \frac{0,813 \sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0,813^2}}$$

$$t = \frac{0,813 \sqrt{98}}{\sqrt{1-0,660}}$$

$$t = \frac{0,741 \times 9,89}{\sqrt{0,340}}$$

$$t = \frac{7,329}{0,583}$$

$$t = 12,571$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, nilai thitung yaitu 12,571 sedangkan untuk nilai ttabel dengan taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n. Dalam penelitian ini jumlah responden (n) = 100, maka derajat bebasnya (df) $n - k = 100 - 2 = 98$. Dengan derajat kebebasan sebesar 98 dan signifikansinya 5% adalah 1,660. Karena nilai t hitung (12,571) > t tabel (1,665), maka H0 ditolak H1 diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara *Brand Image* Sepatu Aerostreet terhadap Loyalitas Konsumen.

C. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu variabel independen yaitu pengaruh *Brand Image* terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Konsumen. Kedua variabel tersebut telah melalui uji validitas yang bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya pernyataan dari kedua variabel, dinyatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel. Setelah tahap uji validitas, maka dilakukan uji reliabilitas pada kedua variabel. Hasil uji reliabilitas pada variabel X menghasilkan nilai sebesar 0,778 dan variabel Y sebesar 0,783 menunjukkan nilai alpha hitung yang positif serta pada tingkat realibilitas > 0,60 s.d 0,80 (tabel 3.7 dan tabel 3.8), maka kuesioner variabel X reliabel begitu juga dengan variabel Y reliabel.

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu variabel independen yaitu pengaruh *Brand Image* (X) terhadap variabel dependen Loyalitas Konsumen (Y). Responden dalam penelitian ini yaitu followers akun Instagram @aerostreet.shoe yang tergabung kedalam forum sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa mayoritas responden adalah Perempuan sebanyak 52% dan Laki-Laki sebanyak 48% (tabel 4.2), identitas lainnya dapat dilihat dari umur responden yaitu <20 tahun dan memiliki 19%, berusia 20 - 30 tahun 43%, berusia 30 - 40 tahun 24%, dan >40 tahun 14% (tabel 4.1).

Identitas responden lainnya adalah pendapatan perbulan, dari 100 responden terdapat 12% Rp. 1.000.000, 15% Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000, 11% Rp. 2.000.000 – 3.000.000, 62% >Rp. 3.000.000 (tabel 4.3).

1. Brand Image Sepatu Aerostreet Terhadap Loyalitas Konsumen

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil penelitian yang telah dibuktikan bahwa Pengaruh *Brand Image* Sepatu Aerostreet memiliki 3 (tiga) dimensi dapat dilihat dari pernyataan pada variable X di kuesioner penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa dimensi *Brand Image* antara lain, *Favoribility*, *Strength* dan *Uniquesness* tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata – rata jawaban responden pada variable *Brand Image* Sepatu Aerostreet di Instagram (X) sebesar 4,01 di (tabel 4.24).

Berdasarkan teori yang digunakan variable (X) *Brand Image* pernyataan yang dimiliki data tertinggi adalah X2 dengan pernyataan Produk “Aerostreet memiliki varian model yang beragam.” Yaitu sebesar 4,18 (tabel 4.24) karena Produk Aerostreet sering berkolaborasi dengan banyak merek yang membuat produk tersebut memiliki banyak varian model yang beragam.

2. Loyalitas Konsumen Sepatu Aerostreet

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur Loyalitas Konsumen memiliki 3 (tiga) dimensi dapat dilihat dari pernyataan variable Y di kuesioner penelitian. Hasil dari penelitian responden bahwa dimensi *Recommended*, *Refuse*, dan *Repeat Purchase* tergolong tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata – rata jawaban responden pada variable Loyalitas Konsumen (Y) sebesar 3,72 pada (tabel 4.25). Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variable Y Loyalitas Konsumen pernyataan yang memiliki nilai tertinggi adalah Y9 sebesar 3,95 dengan pernyataan “Saya tertarik dengan promo-promo yang ditawarkan sepatu aerostreet” (tabel 4.25), pada pernyataan Y9 karena harga yang cukup murah dan adanya promo membuat konsumen tertarik untuk membeli produk sepatu Aerostreet lainnya.

3. Pengaruh *Brand Image* Sepatu Aerostreet Terhadap Loyalitas Konsumen

Pernyataan pada variable X (*Brand Image*) dan variable Y (Loyalitas Konsumen) dalam penelitian ini telah memenuhi standar validitas atau memenuhi syarat valid karena r hitung $>$ r tabel. Uji reabilitas pada variable X (*Brand Image*) dan variable Y (Loyalitas Konsumen) menunjukkan nilai alpha hitung yang positif serta pada tingkat reliabilitas $>$ 0,60 – 0,80 (tabel 3.4) maka kuesioner variable X reliabel begitu juga variable Y reliabel.

Untuk membuktikan adanya pengaruh *Brand Image* Terhadap Loyalitas Konsumen maka dilakukan uji hipotesis terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t. Uji t bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi, kriteria pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai t hitung $>$ t tabel. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini didapatkan nilai t hitung 12,571 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,665. Karena t hitung $>$ t tabel maka H_0 di tolak dan H_1 diterima. Sehingga didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara Pengaruh *Brand Image* Sepatu Aerostreet Terhadap Loyalitas Konsumen.

Berdasarkan perhitungan, besarnya pengaruh dapat dilihat dari perolehan R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi. Maka dapat dibaca nilai R yang disebut juga sebagai koefisien korelasi antara Pengaruh *Brand Image* Sepatu Aerostreet Terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 0,813 yaitu diantara 0,800 – 0,1000 yang berarti hubungan atau korelasi antara variable *Brand Image* sangat tinggi atau kuat sekali.

R square yaitu 0,662 yang artinya variable Y dipengaruhi oleh variable X, dalam penelitian ini Loyalitas Konsumen dipengaruhi 66,2% sementara sisanya 33,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variable penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa followers Instagram @aerostreet.shoe merasa *Brand Image* yang dilakukan oleh Aerostreet agar dapat mempengaruhi Loyalitas Konsumen.