

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Ventela

Ventela Shoes mulai diperkenalkan pada tahun 2017 oleh William Ventela, seorang pemilik pabrik sepatu vulkanisir sejak tahun 1998 di Bandung, Jawa Barat. Ventela shoes memiliki berbagai macam jenis dan model yang cocok digunakan untuk berbagai jenis kegiatan. Setiap pasang Ventela melalui proses yang panjang dan detail, mulai dari pemilihan material, proses produksi hingga pemeriksaan kualitas yang sangat ketat. Hal ini berkaitan agar kualitas Ventela terjaga dengan baik, melalui sumber daya yang berlimpah Ventela mampu memproduksi sepatu dengan kualitas besar dan kualitas terbaik sehingga semua kalangan dapat memiliki sepatu yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau.

Ventela menggunakan material terbaik yaitu Upper Canvas 120z yaitu menggunakan material canvas 120z berkualitas baik, cukup lembut, dan memiliki daya tahan yang kuat sehingga cocok untuk digunakan sehari-hari. Untuk bagian dalam sepatu Ventela menggunakan *Ultra Foam Insole* yaitu menggunakan teknologi *ultralite foam* membuat insol menjadi produk yang tidak mudah pegal. Ventela juga memperhatikan detail dari produknya bukan dari segi kenyamanan tetapi *stitching* yaitu jahitan yang rapih yang menjadi sepatu ini memiliki bentuk yang bagus dan kokoh, nyaman dan tahan lama.

Dengan sumber daya yang berlimpah Ventela Shoes mampu memproduksi sepatu dengan kuantitas besar dan kualitas terbaik sehingga semua kalangan dapat memiliki sepatu berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau.

4.1.2 Logo Ventela Shoes



Gambar 4.1 Logo Ventela
Sumber : Website Ventela

4.1.3 Profil Jerome Polin

Jerome Polin Sijabat merupakan seorang pria kelahiran Jakarta, 2 Mei 1998, Jerome mulai dikenal oleh publik sebagai konten kreator di media sosial Youtube dan Instagram. Ia aktif di Instagram dengan nama akun @jeromepolin dan kanal Youtube dengan nama Nihongo Mantappu. Kedua wadah media sosial telah menyajikan konten hiburan bertema Jepang, konten edukasi, formula matematika dan travelling. Kanal Youtube Nihongo Mantappu ini telah mencapai lebih dari 10 Juta pengikut, sementara akun instagramnya hingga kini 8 juta pengikut.

Lahir pada masa yang dekat dengan momen bersejarah meletusnya kerusuhan di tahun 1998, membuat Jerome dan keluarganya mengalami kesulitan ekonomi yang berdampak pada pendidikan sekolah Jerome. Namun, berkat keluarganya yang suportif pula, Jerome mampu meraih banyak prestasi dan beasiswa di dunia pendidikan. Banyak di antaranya seperti beasiswa program sarjana Mitsui Bussan di Waseda University, Jepang, mengambil jurusan Matematika Terapan.

Jerome membuat konten vlog cara belajar bahasa jepang, matematika, dan kesehariannya selama berada di Jepang. Kanal ini mendapatkan Silver Play Botton pada tahun 2018 dan Gold Play Button

pada tahun 2019. Selain mengembangkan kanal Youtube, pada bulan April 2021 Jerome bersama sang kakak Jehian Panangian Sijabat membuka jejaring bisnis teh buah yang diberi nama Menantea dan masuk dalam Forbes 30 Under 30 Asia pada April 2021. Serta berhasil menerbitkan Buku berjudul Nihongo Mantappu yang diterbitkan pada tahun 2019.

Jerome Polin Sijabat memiliki akun Instagram dengan nama @jeromepolin yang telah aktif dikelolanya sejak Januari 2013. Terhitung pada Maret 2024, unggahan berupa foto, video, reels dan Instagram TV pada akun tersebut telah mencapai 1.368 konten. Akun Instagram Jerome Polin Sijabat terus mengalami peningkatan dari jumlah interaksinya, hal tersebut memiliki dampak yang baik. Sebab itu, pihak Instagram secara terbuka memberikan verifikasi resmi kepada Jerome Polin sebagai pengguna yang memiliki pengaruh (*influencer*) dengan bukti simbol centang biru di belakang namanya.

Saat ini akun instagram tersebut telah memiliki 8 juta pengikut yang aktif, dan Jerome Polin Sijabat telah mengikuti lebih dari 2000 akun pengguna lainnya. Jerome aktif di sosial media Instagram untuk membagikan banyak hal, seperti kehidupan sehari-harinya bersama keluarga, teman dan kolega. Konten berupa ketertarikannya dengan negara Indonesia dan Jepang, memberikan konten edukasi dengan tema pendidikan matematika, ketertarikannya dalam dunia bisnis, pencapaian hidup yang sudah diraih dan konten-konten hiburan lainnya yang terkandung unsur komedi.

Selain menjadi konten kreator, Jerome juga menjalankan sebuah bisnis mulai dari manajemen kreator hingga kuliner. Selain itu, ia juga menjalani pekerjaannya sebagai *influencer* melalui *Endorsement*, *Brand Ambassador*. Salah satu kolaborasi brand yang Jerome jalani ialah sepatu Konniwiwa Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin.

4.1.5 Hasil Kolaborasi Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin



Gambar 4.2 Produk Hasil *Co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin

Sumber : Instagram @ventelashoes, diakses pada 13 September 2023

Ventela dan Mantappu Jiwa by Jerome Polin kolaborasi ini hadir dengan dua varian warna, yaitu black atural dan white. Sepatu ini dinamakan *Konnijiwa* yang merupakan tagline opening di youtubenanya. Sepatu ini memiliki kedua varian warna yang memiliki tampilan dengan nuansa rumus matematika. Dari segi detail, sneaker ini menampilkan kumpulan rumus matematika sebagai ciri khas dari Jerome Polin di bagian upper hingga lining, Selain itu, terdapat bagian transparant outsole bertuliskan “Mantappu Jiwa!”. Melalui instagram resminya, Ventela mengeluarkan produk kolaborasinya dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin secara langsung yang dilakukan pada tanggal 1 Agustus 2023. Dilansir dari akun shop instagram @ventelashoes harga yang ditetapkan untuk produk sepatu Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin memiliki harga berkisaran dari Rp.459.800.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para responden, untuk mengetahui pengaruh *co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin terhadap keputusan pembelian. Responden tersebut merupakan *followers* aktif akun instagram @ventelashoes dan

pernah mengupload gambar atau video di akun pribadinya dengan menggunakan produk kolaborasi Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dan menandai akun Ventela. Penyebaran dilakukan melalui *direct message* terhadap 133 responden, yaitu di akun Instagram @ventelashoes. Dalam kuesioner ini responden diwajibkan mengisi empat pernyataan untuk mengetahui gambaran responden, maka peneliti membaginya dalam beberapa kategori, sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Jenis Kelamin

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
Perempuan	68	51,1%
Laki-laki	65	48,9%
Jumlah	133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan hasil olahan data yang telah dilakukan, pada tabel 4.1 terlihat bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan mendominasi dengan frekuensi 68 responden atau dalam persentase sebesar 51,1% sedangkan responden laki-laki dalam penelitian ini hanya 48,9% atau setara dengan 65 responden. Hal ini dapat dipahami karena Ventela adalah produk Fashion maka lebih didominasi oleh perempuan, namun tidak menutup kemungkinan produk fashion juga dapat digunakan oleh laki-laki terutama produk kolaborasi Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin yang memiliki varian warna putih dan hitam yang bermanfaat dan cocok digunakan bagi perempuan maupun laki-laki.

2. Usia

Tabel 4.2 Usia Responden

Usia	Frekuensi	Pesentase (%)
Dibawah 20 tahun	12	9%
20 tahun – 25 tahun	84	63,2%
25 tahun – 30 tahun	33	24,8%
Diatas 30 tahun	4	3%
Jumlah	133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan, pada table 4.2 terlihat bahwa responden dengan rentang usia 20 tahun – 25 tahun mendominasi sebesar 84 responden atau setara dengan 63,2%. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa Ventela memiliki segmentasi pasar untuk kalangan usia produktif.

3. Pekerjaan

Tabel 4.3 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	44	33,1%
Karyawan	46	34,6%
Wiraswasta	43	32,3%
Jumlah	133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan, pada table 4.3 terlihat bahwa responden dengan latar belakang Karyawan mendominasi dengan jumlah 46 responden atau dalam persentase sebesar 34,6%. Berdasarkan data sebelumnya yang menyebutkan bahwa usia pengguna Ventela terbesar pada rentang usia 20-25 nyatanya terdiri dari kalangan karyawan.

4. Pendapatan

Tabel 4.4 Pendapatan Responden

Pendapatan Per-bulan	Frekuensi	Persentase (%)
<Rp.1.000.000	36	27,1%
Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000	15	11,3%
Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000	31	23,3%
Rp. 3.000.000 – Rp.4.000.000	15	11,2%
>Rp. 4.000.000	36	27,1%
Jumlah	133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan hasil olah data dapat dilihat bahwa penghasilan <Rp. 1.000.000 dengan >Rp. 4.000.000 jumlah responden dan persenan hasilnya sama, hal ini dapat disimpulkan karena mayoritas pengguna Ventela dari kalangan Karyawan dan Pelajar/Mahasiswa.

4.2.2 Analisis Pernyataan Variabel X

Pada variabel (X) menggunakan 6 (enam) dimensi, yaitu kesadaran merek yang memadai, merek yang cukup kuat, menguntungkan, penggabungan yang unik, penilaian konsumen yang positif dan respon konsumen yang positif, disusun menjadi 17 item pernyataan dengan hasil sebagai berikut :

1. Kesadaran Merek yang Memadai

Tabel 4.5**Konsumen sangat familiar dengan brand Ventela**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Setuju	80	60,2%
4.	Sangat Setuju	53	39,8%
	Jumlah	133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban setuju sebesar 80 responden atau 60,2%, dan jawaban sangat

setuju sebesar 53 responden atau 39,8%. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan ialah jawaban setuju bahwa para responden familiar dengan brand Ventela

Tabel 4.6
Konsumen mengetahui produk hasil kolaborasi Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Setuju	85	63,9%
4.	Sangat Setuju	48	36,1%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data table di atas, dapat dilihat jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban setuju sebesar 85 responden atau 63,9%, dan jawaban sangat setuju sebesar 48 responden atau 36,1%. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan ialah jawaban setuju bahwa seluruh responden mengetahui produk kolaborasi Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin.

Tabel 4.7
Konsumen merasa produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin menarik perhatian saya

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Setuju	81	60,9%
4.	Sangat Setuju	52	39,1%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban setuju sebesar 81 responden atau 60,9% responden setuju mendominasi sebesar 81 responden atau 60,9%, dan jawaban sangat setuju sebesar 52 responden atau 39,1%. Maka dapat disimpulkan yang paling dominan ialah jawaban setuju bahwa para responden menyatakan produk hasil

kolaborasi Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin sangat menarik perhatian.

2. Merek yang cukup kuat

Tabel 4.8

Konsumen selalu teringat brand Ventela ketika menyebut sepatu

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0,8%
2.	Tidak Setuju	13	9,8%
3.	Setuju	67	50,4%
4.	Sangat Setuju	52	39,0%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas, dapat dilihat jawaban sangat tidak setuju sebesar 1 atau 0,8%, jawaban tidak setuju sebesar 13 responden atau 9,8%, jawaban setuju sebesar 67 atau 50,4%, dan jawaban sangat setuju sebesar 52 responden atau 39,0%. Maka dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan ialah jawaban setuju bahwa sebagian besar responden selalu teringat Ventela ketika menyebutkan atau membutuhkan sepatu.

Tabel 4.9

Konsumen selalu mengingat produk hasil kolaborasi Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Setuju	79	59,4%
4.	Sangat Setuju	54	40,6%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat jumlah responden yang menjawab setuju sebesar 79 atau setara dengan 59,4% dan juga jawaban sangat setuju sebanyak 54 responden atau 40,6%. Namun dari jumlah dominan responden menjawab setuju dan sangat setuju dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden selalu mengingat produk hasil kolaborasi Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin.

Tabel 4.10
Konsumen akan memilih produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin saat saya membutuhkan produk sepatu

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	15	11,3%
3.	Setuju	69	51,9%
4.	Sangat Setuju	49	36,8%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas dapat dilihat jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 15 responden atau 11,3%, jawaban setuju sebesar 69 responden atau 51,9% dan jawaban sangat setuju sebesar 49 responden atau 36,8%. Namun dari hasil jawaban tersebut yang paling dominan para responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa sebagian besar responden memilih produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin saat mereka membutuhkan produk sepatu.

3. Menguntungkan

Tabel 4.11
Konsumen menyukai produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dibandingkan produk sepatu lain

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0,8%
2.	Tidak Setuju	11	8,3%
3.	Setuju	76	57,1%
4.	Sangat Setuju	45	33,8%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas, terlihat jawaban sangat tidak setuju sebesar 1 responden atau 0,8%, jawaban tidak setuju sebesar 11 responden atau 8,3%, jawaban setuju sebesar 76 responden atau 57,1%, dan jawaban sangat setuju sebesar 45 responden atau 33,8%. Namun dengan begitu dapat disimpulkan jawaban yang paling dominan ialah jawaban setuju bahwa sebagian responden

menyukai produk sepatu Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dibandingkan dengan produk sepatu lain.

Tabel 4.12
Konsumen merasa cocok dengan produk Ventela keluaran Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	3	2,3%
2.	Tidak Setuju	10	7,5%
3.	Setuju	76	57,1%
4.	Sangat Setuju	44	33,1%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas, terlihat jawaban sangat tidak setuju sebesar 3 responden atau 2,3%, jawaban tidak setuju sebesar 10 responden atau 7,5%, jawaban setuju sebesar 76 responden atau 57,1%, dan jawaban sangat setuju sebesar 44 responden atau 33,1%. Maka dapat disimpulkan jawaban paling dominan ialah jawaban setuju bahwa sebagian besar responden merasa cocok dengan produk sepatu hasil kolaborasi Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin.

4. Penggabungan yang unik

Tabel 4.13
Ventela selalu mengeluarkan produk kolaborasi yang unik dan kreatif

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0,8%
2.	Tidak Setuju	4	3%
3.	Setuju	80	60,1%
4.	Sangat Setuju	48	36,1%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data responden di atas terdapat jawaban sangat tidak setuju sebesar 1 responden atau 0,8%, jawaban tidak setuju sebesar 4 responden atau 3%, jawaban setuju sebesar 80 responden atau 60,1%, dan jawaban sangat setuju sebesar 48 responden atau 36,1%. Namun dengan data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan

pernyataan bahwa Ventela selalu mengeluarkan produk kolaboratif yang unik dan kreatif.

Tabel 4.14
Produk sepatu Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin bernuansa rumus matematika semakin membuat konsumen tertarik

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	4	3%
3.	Setuju	75	56,4%
4.	Sangat Setuju	54	40,6%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Data diatas merupakan jawaban pernyataan dari responden dengan hasil jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 4 responden atau 3%, jawaban setuju sebesar 75 responden atau 56,4%, dan jawaban sangat setuju sebesar 54 responden atau 40,6%. Berdasarkan hasil tersebut dapat dikatakan sebagian besar responden setuju bahwa produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin membuat tertarik.

Tabel 4.15
Penggunaan hastag #Konniwiwa membuat kolaborasi brand semakin menarik

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0,8%
2.	Tidak Setuju	8	6%
3.	Setuju	80	60,2%
4.	Sangat Setuju	44	33,0%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas menyatakan bahwa jawaban sangat tidak setuju sebesar 1 responden atau 0,8%, jawaban tidak setuju sebesar 8 responden atau 6%, jawaban setuju sebesar 80 responden atau 60,2%, dan jawaban sangat setuju sebesar 44 responden atau 33,0%. Namun dengan hal tersebut dikatakan bahwa sebagian besar responden setuju dengan adanya penggunaan #Konniwiwa membuat kolaborasi Ventela semakin menarik.

5. Penilaian konsumen yang positif

Tabel 4.16
Produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin memiliki kualitas yang baik

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	1,5%
2.	Tidak Setuju	7	5,2%
3.	Setuju	79	59,5%
4.	Sangat Setuju	45	33,8%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan tabel di atas dikatakan jawaban responden sangat tidak setuju sebesar 2 responden atau 1,5%, jawaban tidak setuju sebesar 7 responden atau 5,2%, jawaban setuju sebanyak 79 responden atau 59,5%, jawaban sangat setuju sebesar 45 responden atau 33,8%. Dengan data tersebut dapat dikatakan Ventela memiliki penilaian yang positif, karna sebagian besar responden setuju bahwa kualitas produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin memiliki kualitas baik.

Tabel 4.17
Produk yang dikeluarkan sangat sesuai dengan kebutuhan fashion konsumen

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	11	8,3%
3.	Setuju	80	60,2%
4.	Sangat Setuju	42	31,5%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan tabel di atas jawaban responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidka setuju sebesar 11 responden atau 8,3%, jawaban setuju sebesar 80 responden atau 60,2%, dan jawaban sangat setuju sebesar 42 responden atau 31,5%. Namun dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin sesuai dengan kebutuhan fashion.

Tabel 4.18
Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin menghadirkan produk yang tidak membosankan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	1,5%
2.	Tidak Setuju	9	6,8%
3.	Setuju	80	60,2%
4.	Sangat Setuju	42	31,5%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan tabel di atas responden menunjukkan jawaban sangat tidak setuju sebesar 2 responden atau 1,5%, jawaban tidak setuju sebesar 9 responden atau 6,8%, jawaban setuju sebesar 80 responden atau 60,2%, dan jawaban sangat setuju 42 responden atau 31,5%. Dengan adanya jawaban setuju lebih dominan, dapat dikatakan sebagian besar responden setuju bahwa Ventela berhasil mengeluarkan produk yang tidak membosankan konsumennya.

6. Respon Konsumen yang Positif

Tabel 4.19
Konsumen merasa mendapatkan pengalaman baru ketika menggunakan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	1,5%
2.	Tidak Setuju	14	10,5%
3.	Setuju	72	54,2%
4.	Sangat Setuju	45	33,8%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan tabel di atas responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 2 responden atau 1,5%, jawaban tidak setuju 14 responden atau 10,5%, jawaban setuju sebesar 72 responden atau 54,2% dan jawaban sangat setuju sebesar 45 responden atau 33,8%. Dengan hal tersebut dapat dikatakan sebagian besar responden menjawab setuju bahwa ketika menggunakan

produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin mereka mendapatkan pengalaman baru.

Tabel 4.20

Konsumen sangat menyukai produk Ventela dengan Jerome Polin

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Setuju	80	60,1%
4.	Sangat Setuju	53	39,9%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Data tersebut dapat di lihat bahwa responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 0 atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 0 atau 0%, jawaban setuju sebesar 80 responden atau 60,1%, jawaban sangat setuju sebanyak 53 responden atau 39,9%. Dengan jawaban tersebut dapat dikatakan bahwa sebagian reponden setuju mereka menyukai produk hasil Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin.

Tabel 4.21

Konsumen merasa puas dengan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	3	2,3%
3.	Setuju	83	62,4%
4.	Sangat Setuju	47	35,3%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas jawaban responden sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 3 responden atau 2,3%, jawaban setuju mendominasi sebesar 83 responden atau setara 62,4%, jawaban sangat setuju sebanyak 47 responden atau setara 35,3 %. Dengan hal tersebut dapat disimpulkan jawaban responden paling dominan ialah jawaban setuju bahwa sebagian besar responden merasa puas dengan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin.

4.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Y

Pada variabel (Y) menggunakan 5 (lima) dimensi, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan pembelian, perilaku setelah pembelian yang disusun menjadi 14 item pernyataan dengan hasil sebagai berikut :

1. Pengenalan Masalah

Tabel 4.22
Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin menjadi solusi dalam memaksimalkan penampilan konsumen

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	1,5%
3.	Setuju	92	69,2%
4.	Sangat Setuju	39	29,3%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Dalam tabel diatas responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 2 responden atau 1,5%, jawaban dominan dengan setuju sebesar 92 responden atau 69,2%, jawaban sangat setuju 39 responden atau setara 29,3%. Dengan hasil jawaban para responden ini dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden memilih jawaban setuju bahwa produk Ventela dapat menjadi solusi dalam memaksimalkan penampilan mereka.

Tabel 4.23
Konsumen mencari produk sepatu yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dan Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin menjadi pilihan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	1,5%
3.	Setuju	73	54,9%
4.	Sangat Setuju	58	43,6%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan pernyataan jawaban di atas menunjukkan jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden tau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 2 responden atau 1,5%, jawaban setuju sebesar 73 responden atau 54,9%, dan jawaban sangat setuju sebesar 58 responden atau 43,6%. Dengan adanya hasil jawaban paling dominan ialah jawaban setuju bahwa dapat dikatakan sebagian besar responden menyatakan produk Ventela X Mantappu Jiwa by Jerome Polin menjadi pilihan ketika membutuhkan produk sepatu dan Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin menjadi pilihan

Tabel 4.24

Konsumen menyadari produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin merupakan solusi dalam memaksimalkan penampilan

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0,8%
2.	Tidak Setuju	10	7,5%
3.	Setuju	71	53,4%
4.	Sangat Setuju	51	38,3%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas menerangkan jawaban responden menyatakan jawaban sangat tidak setuju sebesar 1 responden atau 0,8%, jawaban tidak setuju sebesar 10 responden atau 7,5%, jawaban setuju sebesar 71 responden atau 53,4%, dan jawaban sangat setuju sebesar 51 responden atau 38,3%. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa jawaban paling mendominasi ialah menjawab setuju bahwa produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin menjadi solusi dalam memaksimalkan penampilan mereka.

2. Pencarian Informasi

Tabel 4.25**Konsumen mengetahui produk Ventela dengan Mantappu Jiwa Jerome Polin dari review Fashion Stylist**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	6	4,5%
3.	Setuju	73	54,9%
4.	Sangat Setuju	54	40,6%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas jawaban responden menjawab sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 6% atau 4,5%, jawaban setuju sebesar 73 responden atau 54,9%, jawaban sangat setuju sebesar 54 responden atau 40,6%. Dalam hal ini dapat disimpulkan jawaban paling mendominasi ialah jawaban setuju para responden mengetahui produk Ventela dengan Mantappu Jiwa Jerome Polin dari *fashion stylist* yang memberikan *review* dan memungkinkan sebagian responden mengetahui produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dari media lain.

Tabel 4.26**Konsumen mengetahui produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dari sosial media Instagram @ventelashoes**

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Setuju	73	54,9%
4.	Sangat Setuju	60	45,1%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Dari data diatas jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban setuju sebesar 73 responden atau 54,9% dan jawaban sangat setuju sebesar 60 responden atau 45,1%. Hal tersebut dapat disimpulkan jawaban paling mendominasi ialah jawaban setuju bahwa sebagian besar responden

mengetahui produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dari Instagram @ventelashoes.

3. Evaluasi Alternatif

Tabel 4.27

Konsumen membandingkan kualitas produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dengan produk sepatu lain

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	7	5,3%
3.	Setuju	65	48,9%
4.	Sangat Setuju	61	45,8%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Dengan data tabel di atas para responden yang menjawab sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 7 responden atau 5,3%, setuju sebanyak 65 atau setara 48,9%, dengan jawaban sangat setuju sebanyak 61 responden atau 45,8%, Maka dapat disimpulkan jawaban paling mendominasi ialah jawaban setuju bahwa sebagian responden akan membandingkan dari sisi kualitas sepatu Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dengan produk sepatu kompetitor sebelum mereka beli.

Tabel 4.28

Konsumen mempertimbangkan manfaat dari produk Ventela dengan Jerome Polin

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	1,5%
3.	Setuju	74	55,6%
4.	Sangat Setuju	57	42,9%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Dengan data diatas menyatakan jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 2 responden atau 1,5%, jawaban setuju sebesar 74 responden atau 55,6%, dan jawaban sangat setuju sebesar 57 responden atau 42,9%. Dalam hal ini dapat disimpulkan jawaban paling

mendominasi ialah jawaban setuju bahwa sebagian besar responden mempertimbangkan manfaat dari produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin sebelum memutuskan untuk membeli.

Tabel 4.29

Konsumen membandingkan *collaboration* sepatu lain dengan *collaboration* produk sepatu Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0,8%
2.	Tidak Setuju	3	2,3%
3.	Setuju	66	49,6%
4.	Sangat Setuju	63	47,3%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Dari data di atas menyatakan jawaban sangat tidak setuju sebesar 1 responden atau 0,8%, jawaban tidak setuju sebesar 3 responden atau 2,3%, jawaban setuju sebesar 66 responden atau 49,6%, dan jawaban sangat setuju sebesar 63 responden atau 47,3%. Dalam hal ini menyatakan bahwa jawaban setuju lebih mendominasi sehingga sebelum membeli, konsumen membandingkan *collaboration* sepatu lain dengan *collaboration* sepatu Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin.

4. Keputusan Pembelian

Tabel 4.30

Konsumen membeli Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin karena memiliki kualitas yang baik

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	5	3,8%
3.	Setuju	75	56,4%
4.	Sangat Setuju	53	39,8%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Dari data tabel di atas menyatakan jawaban sangat tidak setuju 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 5 responden atau 3,8%,

jawaban setuju sebesar 75 responden atau 56,4%, dan jawaban sangat setuju sebesar 53 responden atau 39,8%. Dalam hal ini menyatakan jawaban setuju lebih mendominasi bahwa sebagian besar responden memilih produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin karna memiliki kualitas yang baik.

Tabel 4.31
Konsumen membeli Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin karena memiliki harga yang terjangkau

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	5	3,8%
3.	Setuju	83	62,4%
4.	Sangat Setuju	45	33,8%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data tabel di atas menyatakan jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 5 responden atau 3,8%, jawaban setuju sebesar 83 responden atau 62,4%, dan jawaban sangat setuju sebesar 45 responden atau 33,8%. Dalam hal ini dapat disimpulkan jawaban setuju lebih mendominasi bahwa sebagian besar responden merasa produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin memiliki harga yang terjangkau.

Tabel 4.32
Konsumen membeli Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin karena memiliki produk yang unik bernuansa rumus matematika

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	10	7,5%
3.	Setuju	70	52,7%
4.	Sangat Setuju	53	39,8%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas menyatakan jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 10 responden

atau 7,5%, jawaban setuju sebesar 70 responden atau 52,7% dan jawaban sangat setuju sebesar 53 responden atau 39,8%. Maka dapat disimpulkan jawaban setuju lebih mendominasi bahwa sebagian besar responden memilih produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin karna memiliki produk yang unik.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Tabel 4.33

Konsumen merasa sangat puas setelah menggunakan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	5	3,8%
3.	Setuju	69	51,9%
4.	Sangat Setuju	59	44,3%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas jawaban responden yang menjawab sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 5 responden atau 3,8%, jawaban setuju sebanyak 69 responden atau 51,9%, jawaban sangat setuju 59 responden atau 44,3%, Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa jawaban setuju lebih dominan merasa puas setelah menggunakan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin.

Tabel 4.34

Konsumen berkeinginan melakukan pembelian berulang setelah menggunakan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	15	11,2%
3.	Setuju	68	51,1%
4.	Sangat Setuju	50	37,7%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 15 responden atau 11,2%,

jawaban setuju sebesar 68 responden atau 51,1%, dan jawaban sangat setuju sebesar 50 responden atau 36,7%. Dalam hal ini dapat disimpulkan jawaban setuju lebih dominan melakukan pembelian ulang setelah menggunakan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin.

Tabel 4.35

Konsumen akan merekomendasikan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin kepada orang lain berdasarkan pengalaman saya

No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	4	3%
3.	Setuju	70	52,6%
4.	Sangat Setuju	59	44,4%
Jumlah		133	100%

(Sumber : Olahan Peneliti Tahun 2024)

Berdasarkan data di atas jawaban sangat tidak setuju sebesar 0 responden atau 0%, jawaban tidak setuju sebesar 4 responden atau 3%, jawaban setuju sebesar 70 responden atau 52,6% dan jawaban sangat setuju sebesar 59 responden atau 44,4%. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa jawaban setuju lebih dominan para responden akan merekomendasikan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin kepada orang lain sesuai dengan pengalaman pribadi mereka setelah menggunakan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin.

4.2.4 Rekapitulasi Variabel X dan Y

Berikut ini adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel X yaitu Pengaruh *Co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin berikut data rekapitulasi :

Tabel 4.36
Rekapitulasi Variabel X

No.	Pernyataan	Mean
1.	“Saya sangat familiar dengan brand Ventela”	3,39
2.	“Saya mengetahui produk hasil kolaborasi Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin	3,36
3.	“Saya merasa produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin sangat menarik perhatian saya”	3,38
4.	“Saya selalu teringat brand Ventela ketika menyebut sepatu”	3,27
5.	“Saya selalu mengingat produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin saat saya membutuhkan produk sepatu”	3,40
6.	“Saya akan memilih produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin saat saya membutuhkan produk sepatu”	3,24
7.	“Saya menyukai produk sepatu Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dibandingkan produk sepatu lain”	3,24
8.	“Saya merasa cocok dengan produk Ventela keluaran Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin”	3,20
9.	“Ventela selalu mengeluarkan produk kolaborasi yang unik dan kreatif”	3,34
10.	“Produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin bernuansa rumus matematika semakin membuat saya tertarik”	3,36
11.	“Penggunaan hastag #Konnijiwa membuat kolaborasi brand semakin menarik”	3,26
12.	“Produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin memiliki kualitas yang baik”	3,25
13.	“Produk yang dikeluarkan sangat sesuai dengan kebutuhan fashion saya”	3,21
14.	“Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin menghadirkan produk yang tidak membosankan”	3,21
15.	“Saya merasa mendapatkan pengalaman baru ketika menggunakan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin”	3,20
16.	“Saya sangat menyukai produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin”	3,39
17.	“Saya merasa puas dengan produk Ventela dengan Jerome Polin”	3,33
Jumlah		56,11
Rata-Rata		3,30

(Sumber : *Output SPSS 24*)

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa variable *Co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin tergolong tinggi (Setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata

keseluruhan jawaban responden pada variabel *Co-branding* (X) sebesar 3,30

Berikut adalah rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel Y yakni Keputusan Pembelian berdasarkan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.37
Rekapitulasi Variabel Y

No.	Pernyataan	Mean
1.	“Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin menjadi solusi dalam memaksimalkan penampilan saya”	3,27
2.	“Saya mencari produk sepatu yang sesuai dengan kebutuhan saya dan Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin menjadi pilihan”	3,42
3.	“Saya menyadari produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin merupakan solusi dalam memaksimalkan penampilan”	3,30
4.	“Saya mengetahui produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dari review fashion stylist”	3,36
5.	“Saya mengetahui produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dari sosial media Instagram @ventelashoes	3,45
6.	“Saya membandingkan kualitas produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dengan produk sepatu lain”	3,39
7.	“Saya mempertimbangkan manfaat dari produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin	3,39
8.	“Saya membandingkan pilihan <i>collaboration</i> sepatu lain selain produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin”	3,42
9.	“Saya membeli Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin karna memiliki kualitas yang baik”	3,37
10.	“Saya membeli Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin karena memiliki harga yang terjangkau”	3,29
11.	“Saya membeli Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin karena memiliki kemasan yang unik bernuansa rumus matematika”	3,33
12.	“Saya merasa sangat puas setelah menggunakan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin”	3,39
13.	“Saya berkeinginan melakukan pembelian berulang setelah menggunakan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin”	3,26

14.	“Saya akan merekomendasikan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin kepada orang lain berdasarkan pengalaman saya”	3,42
Jumlah		47,12
Rata-rata		3,36

(Sumber: *Output SPSS 24*)

Dari hasil rekapitulasi di atas secara keseluruhan responden menilai bahwa variabel Keputusan Pembelian tergolong tinggi (Setuju), hal ini dapat dilihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 3,36

4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh antara variabel independent (X) yaitu *Co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Berikut data hasil pengolahan SPSS (*Statistic Package For Social Science*) 24.0 for windows :

Tabel 4.38
Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,904 ^a	,818	,817	4,39836
a. Predictors: (Constant), Co-branding				
b. Dependent Variable : Keputusan Pembelian				

(Sumber : *Output SPSS 24*)

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Berdasarkan tabel 4.38 dapat dilihat besarnya nilai korelasi atau hubungan R diketahui sebesar 0,904, maka dapat dikatakan bahwa koefisien korelasi antara

variabel Pengaruh *Co-Branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Konnijawa berpengaruh tinggi atau kuat. 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
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 sangat kuat

Sedangkan pada nilai R square menunjukkan angka 0,818, maka hal ini dapat diartikan bahwa *Co-branding* berpengaruh sangat tinggi atau sangat kuat terhadap Keputusan Pembelian sebesar 81,8% sementara sisanya yaitu 18,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian. Selanjutnya adalah analisis uji regresi linier sederhana yaitu analisis yang bertujuan untuk memperoleh gambaran penuh antara variabel *Co-branding* (X) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Berikut ini adalah tabel ANOVA yang akan menunjukkan pengaruh antara kedua variabel, sebagai berikut :

Tabel 4.39
Model Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11384,749	1	11384,749	588,493	,000 ^b
	Residual	2534,273	131	19,346		
	Total	13919,023	132			
a. Dependent Variable: Co-branding						
b. Predictors: (Constant), Keputusan Pembelian						

(Sumber : *Output SPSS 24*)

Berdasarkan tabel diatas, didapatkan nilai uji ANOVA yaitu F sebesar 588,493 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi diperoleh lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,00 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa variabel *Co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome

Polin berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Konnijiwa.

Dapat dikatakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus lebih $<0,05$. Karena angka hasil perhitungan pada tabel probabilitas (sig) $0,00 < 0,05$, maka model regresi tersebut dapat dikatakan layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh *Co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela Konnijiwa

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

Tabel 4.40
Tabel Coefficient
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,570	1,622		,968	,335
	Co-branding	,768	,032	,904	24,259	,000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

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

Rumus Regresi Linear

$$Y = a + bx$$

$$Y = 1,570 + 0,768 X$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X = *Co-branding*

a = nilai konstanta dari Unstandartized Coefficients. Dalam penelitian sebesar 1.570

b = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian in sebesar 0,768

Maka berdasarkan keterangan diatas dapat dijelaskan persamaan regresi menjadi $Y = (1.570 + 0,768) X$. Apabila nilai $X = 0$ maka $Y = 1.570$ dan jika x

= 1, maka $Y = 2.570$. Dapat diartikan, setiap peningkatan Co-branding Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin sebesar 1, maka Keputusan Pembelian mengalami peningkatan menjadi 2.570.

4.2.6 Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh signifikansi dari hasil penelitian terkait variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka untuk dilakukan uji hipotesis. Maka dengan demikian :

Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ H_0 ditolak H_a diterima (ada pengaruh)

Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ H_0 diterima H_a ditolak (tidak ada pengaruh)

$$n = 133$$

$$r = 0,904$$

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

$$t = \frac{0,904 \sqrt{133-2}}{\sqrt{(1-0,904^2)}}$$

$$t = \frac{0,904 \sqrt{(131)}}{\sqrt{(1-0,904^2)}}$$

$$t = \frac{0,904 \sqrt{(131)}}{\sqrt{(1-0,817)}}$$

$$t = \frac{0,904 \sqrt{(131)}}{\sqrt{(0,183)}}$$

$$t = \frac{0,904 \times 11,44}{\sqrt{(0,183)}}$$

$$t = \frac{10,34}{0,427}$$

$$t = 24,215$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan, nilai thitung yaitu 24,215. Sedangkan dengan nilai ttabel dengan taraf kepercayaan 95% atau nilai signifikansi 5% (0,5 atau 0,025) dapat dicari sesuai dengan jumlah responden. Pada penelitian ini, jumlah responden (n) = 133, maka derajat $df = (133 - 2 = 131)$. Dengan derajat kebebasan 131 dan tingkat signifikansi 5%, maka didapatkan t tabel 1,978. Karena t hitung 24,215 > t tabel 1,978. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti ada pengaruh yang terbukti signifikansi antara *Co-branding* terhadap keputusan pembelian Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin.

4.2.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yakni *Co-branding* sebagai variabel X, terhadap keputusan pembelian pada *followers* Ventela sebagai variabel Y. Konsep pada *co-branding* dengan dimensinya yang diantara lain terdapat kesadaran merek yang memadai, merek yang cukup kuat, menguntungkan, penggabungan yang unik, penilaian konsumen yang positif, respon konsumen yang positif dan untuk keputusan pembelian pada *followers* Ventela terdapat beberapa dimensi diantaranya *Problem Recognition, Information Search, Evaluation Alternative, Purchase Decision, Dan Post Purchase Behavior*.

Dalam kedua pernyataan variabel X dan Y, keduanya telah melewati uji validitas dan reliabilitas dengan tujuan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan valid reliabel.

- a. Hasil uji validitas pada penelitian ini menunjukkan adanya beberapa butir pernyataan yang valid dengan masing-masing variabel terdapat 17 pernyataan pada pernyataan variabel X dan 14 pernyataan pada variabel Y. Maka jika dijumlahkan total dari semua butir pernyataan pada variabel X dan Y sebanyak 31 pernyataan.
- b. Setelah dinyatakan semua butir pernyataan untuk variabel X dan Y valid, maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat kereliabelan dari masing-masing pernyataan. Hasil yang didapatkan pada variabel X yakni sebesar 0,957 yang jika dicocokkan dengan tabel tingkat reliabilitas memiliki

hasil yang reliabel. Kemudian untuk variabel Y hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai sebesar 0,896 yang juga berarti pernyataan tersebut dinilai reliabel. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari *co-branding* Ventela terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela Konnijawa pada *followers* Instagram Ventela pada penelitian ini sangat reliabel.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin terhadap keputusan pembelian sepatu Ventela pada *followers* Instagram Ventela. Penelitian ini dilakukan kepada 133 responden yaitu *followers* @ventelashoes. Berikut hasil perhitungan melalui SPSS 24, yaitu :

- a. Berdasarkan perhitungan SPSS versi 24 for *windows*, hasil uji korelasi untuk mengetahui hubungan antara variabel X yaitu pengaruh *Co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dan variabel Y yaitu Keputusan Pembelian sebesar 0,904 yang *Co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin berpengaruh **sangat kuat** terhadap keputusan pembelian.
- b. Sementara itu, hasil dari perhitungan R square (koefisien determinasi) sebesar 0,818 yang artinya angka tersebut dapat dikatakan bahwa variabel X yaitu *Co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin mempengaruhi variabel Y yaitu Keputusan Pembelian sebesar 81,8% dan sisanya 18,2% yang dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini seperti kurangnya informasi dari konsumen yang pernah membeli produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin serta banyaknya kompetitor yang melakukan kolaborasi selain brand Ventela. *Co-branding* berpengaruh kuat terhadap keputusan pembelian.
- c. Selain itu untuk membuktikan adanya pengaruh *Co-branding* terhadap keputusan pembelian, maka dilakukannya uji hipotesis. Hasil hipotesis yang diperoleh t hitung yaitu 24,215 dengan $df = 133 - 2 = 131$ dan t-tabel 1,978. Karena t-hitung (24,215) > t-tabel (1,978), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian dinyatakan bahwa adanya pengaruh antara *Co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin terhadap keputusan pembelian Sepatu Ventela Konnijawa.

Hasil Rekapitulasi nilai rata-rata jawaban responden pada variabel X (pengaruh *Co-branding* Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin) sebesar 3,30. Dari semua dimensi yang ada pada variabel X, dimensi Merek yang cukup kuat yaitu pada pernyataan “Saya selalu mengingat produk hasil kolaborasi Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin” yang memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,40, sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,20 terdapat pada 2 dimensi yaitu Menguntungkan dan Respon konsumen yang positif, pada bagian dimensi menguntungkan yaitu pada pernyataan “Saya merasa cocok dengan produk Ventela keluaran Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin” dan dimensi Respon konsumen yang positif pada pernyataan “Saya merasa mendapatkan pengalaman baru ketika menggunakan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin”. Hal ini sejalan dengan pendapat dari (Anjarwati, Ridwan & Retnaningsih, 2019) yang menyatakan bahwa *co-branding* dengan menggabungkan beberapa merek lain yang memiliki citra positif, dapat meningkatkan minat beli pelanggan dari merek mitra serta diharapkan dapat memperkuat niat pembelian terhadap produk terkait. Hasil dari *co-branding* ini adalah meningkatnya respon positif dari konsumen yang cenderung lebih percaya dan tertarik pada produk yang dihasilkan dari kerjasama merek-merek terkenal dan terpercaya. Hal ini tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga memperkuat loyalitas konsumen terhadap merek yang terlibat. Dengan demikian, *co-branding* tidak hanya membantu dalam meraih target pasar yang lebih luas tetapi juga dalam membangun hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan dengan konsumen.

Untuk mengukur variabel Y (keputusan pembelian) keenam dimensi tersebut memiliki nilai rata-rata jawaban responden sebesar 3,30. Dari semua dimensi yang ada pada variabel Y, dimensi Pernyataan Informasi yaitu pada pernyataan “Saya mengetahui produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin dari sosial media Instagram @ventelashoes” yang memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,45, sedangkan nilai rata-rata terendah sebesar 3,26 terdapat pada dimensi yaitu Perilaku Pasca Pembelian yaitu pada pernyataan “Saya

berkeinginan melakukan pembelian berulang setelah menggunakan produk Ventela dengan Mantappu Jiwa by Jerome Polin”. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Kotler dan Keller (2016:195-202), perusahaan yang cerdas akan berusaha memahami proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli, yang mencakup tahap belajar, memilih, menggunakan, hingga evaluasi pasca penggunaan produk. Proses keputusan pembelian yang efektif terdiri dari beberapa tahapan penting. Pertama, konsumen mencari informasi tentang produk yang dibutuhkan. Perusahaan harus menyediakan informasi yang akurat dan mudah diakses. Setelah itu, konsumen membandingkan berbagai pilihan berdasarkan kebutuhan, preferensi, dan anggaran mereka, di mana perusahaan dapat mempengaruhi keputusan ini dengan menawarkan keunggulan kompetitif. Setelah pembelian, produk harus memenuhi atau melampaui ekspektasi konsumen untuk memastikan kepuasan dan loyalitas. Terakhir, konsumen mengevaluasi pengalaman mereka dengan produk, yang dapat mendorong pembelian ulang dan rekomendasi. Mengelola setiap tahap dengan baik adalah kunci untuk membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dan mencapai kesuksesan bisnis.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa *co-branding* merupakan salah satu strategi perusahaan untuk memasarkan bisnisnya dengan bekerja sama dengan brand maupun *influencer* dalam membuat produk yang berbeda dengan menggunakan inovasi baru untuk menarik perhatian konsumen sehingga mendapatkan perhatian audiens sampai audiens masuk ketahap keputusan pembelian.

