

ABSTRAK

Fashion tidak hanya terkait tentang pakaian, tetapi ada benda-benda fungsional lain yang dapat dikombinasikan dengan unsur lain sehingga menjadi alat yang dapat menunjukkan penampilan seseorang di khalayak umum. Fashion memiliki jangkauan pasar yang sangat luas karena hampir sebagian masyarakat Indonesia bahkan dunia membutuhkan penggunaan fashion dalam menunjang aktifitas sehari-hari.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah, metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu, orang yang mengetahui Aerostreet dengan jumlah sampel 100 responden. Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu, probability sampling.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis deskriptif dengan bantuan SPSS menunjukan bahwa variabel *Co-Branding* berkontribusi atas pengaruh signifikan terhadap Minat Beli sebesar 15,7%, dan sisanya sebesar 84,3% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci : *Co-Branding*, Minat Beli