UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Skripsi Sarjana
Program Studi Manajemen
Semester Ganjil 2018/2019

ANALISIS PENGARUH *BRAND PERSONALITY RESPONSIBLE* DAN *ACTIVE* TERHADAP *BRAND AWARENESS, BRAND TRUST* DAN *BRAND LOYALTY* PADA RESTORAN CEPAT SAJI DI BATAM

NPM: 1541169
Joan Lim

Abstrak

Penelitian dilakukan dengan maksud untuk mengeksplorasi hubungan antara *brand personality* dengan konstruk *CBR* pada restoran cepat saji di Batam. Skala *brand personality* yang digunakan dalam penelitian ini merupakan dua skala dari Geuens et al. yaitu *brand personality responsible* dan *brand personality active*. Konstruk *CBR* yang menjadi variabel dependen untuk penelitian ini adalah *brand awareness, brand trust* dan *brand loyalty*.

Penelitian ini menggunakan masyarakat Batam yang pernah mengunjungi restoran cepat saji Restoran Sederhana, KFC, McDonald's dan Pizza Hut sebagai sampel. Kuesioner yang telah disebarkan ada sebanyak 330 kuesioner dan terdapat 30 kuesioner yang tidak kembali sehingga yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 300 kuesioner. Untuk penelitian ini, *software IBM SPSS* Versi 21.0 digunakan untuk analisis demografi dan karakteristik umum responden dan program *SmartPLS* versi 3.0 digunakan untuk menguji *outer model* dan *inner model*.

Berdasarkan data yang telah diperoleh dan diolah, dapat dinyatakan bahwa *brand personality responsible* mempengaruhi *brand awareness, brand personality active* mempengaruhi *brand awareness, brand personality responsible* mempengaruhi *brand trust, brand personality active* mempengaruhi *brand trust, brand personality responsible* mempengaruhi *loyalty* dan *brand personality active* mempengaruhi *loyalty*.

Kata kunci: *brand personality, brand awareness, brand trust, brand loyalty*

Joan Lim, Analisis Pengaruh Brand Personality Responsible dan Active terhadap Brand Awareness, Brand Trust dan Brand Loyalty pada Restoran Cepat Saji di Batam, 2019
UIB Repository©2019