

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

ANALISIS PENGARUH CORPORATE REPUTATION TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK TANPA PEMANIS BUATAN DI BATAM

Selly Julianti
NPM: 1641140

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari variabel *Corporate Reputation*, *Brand Image*, *Brand Loyalty* terhadap *Purchase Intention*. Dimana menciptakan kesadaran tentang bahaya diabetes bisa menjadi peluang bagi produsen produk pemanis sambil menawarkan solusi yang diharapkan dapat membangun reputasi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode *survey* dengan cara membagikan kuesioner kepada 330 responden. Sampel diambil dari responden yang membeli dan menggunakan produk tanpa pemanis buatan di kota Batam. Hasil responden yang sudah dikumpulkan, kemudian diolah menggunakan *Software PLS*. Hasil PLS yang didapat menyatakan adanya hubungan yang signifikan dari beberapa variable yang di ujikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Reputation*, *Brand Image*, *Brand Loyalty* berpengaruh signifikan positif terhadap *Purchase Intention*, hasil penelitian ini dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat yang berguna untuk menarik perhatian calon pembeli dan kemudian membuat pelanggan menjadi loyal terhadap mereka ataupun perusahaan tersebut, dan untuk konsumen bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan bahaya diabetes bagi kesehatan

Kata Kunci : *Corporate Reputation*, *Brand Image*, *Brand Loyalty*, *Purchase Intention*