UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS MEREK PRODUK *FAST FASHION* PADA PENDUDUK DI KOTA BATAM

Fernando Aprianto
NPM: 1641059

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujaun untuk secara empiris menyelidiki faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap *brand loyalty* dari merek *fast fashion* konsumen dengan menganalisa persepsi dan loyalitas penduduk Kota Batam terhadap *fast fashion*. Menggunakan pendekatan *Customer Based Brand Equity* (CBBE), model penelitian untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas merek konsumen *fast fashion* diusulkan. Disadari bahwa *perceived quality* dari *fast fashion*, termasuk *brand awareness*, *perceived quality*, *perceived value*, *brand personality*, *organizational association*, dan *brand uniqueness*, memengaruhi *brand loyalty* konsumen.

Data yang berjumlah 300 dari kuesioner yang telah dibagikan akan digunakan untuk pengolahan data untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi *brand loyalty* penduduk Kota Batam terhadap *fast fashion*. Hasil yang didapatkan mengungkapkan bahwa untuk penduduk Kota Batam, *brand awareness*, *perceived value*, *organizational association*, dan *brand uniqueness* adalah faktor yang berkontribusi untuk menghasilkan loyalitas konsumen terhadap merek *fast fashion* karena fakta bahwa *fast fashion* telah menjadi fitur kunci dari industri *fashion* dunia selama dekade terakhir. Studi ini memberikan wawasan berharga tentang persepsi konsumen muda terhadap merek *fast fashion* dan kontribusi para faktor terhadap loyalitas merek mereka.

Hasil yang didapat dari penelitian ini memberikan bukti bahwa terdapat faktor penting seperti nilai yang dirasakan, keunikan, asosiasi, dan kesadaran sehingga bisa terciptanya *brand loyalty* dikarenakan faktor-faktor tersebut dapat membuat konsumen bisa setia terhadap suatu merek.

Kata Kunci : *brand loyalty, perceived quality, brand personality, perceived value, brand awareness, brand uniqueness, organizational association*.

Fernando Aprianto. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Produk Fast Fashion pada Penduduk di Kota Batam.
UIB Repository©2020