

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP DAN INTENSI PEMBELIAN TERHADAP PARFUM BERMEREK

Tessha Ayu Ocktovia
NPM: 1641027

ABSTRAK

Penelitian ini dirancang untuk mengembangkan teori yang dipakai untuk meneliti dengan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan signifikansi antara variabel *fashion involvement*, *brand conciousness*, *social comparison*, *experiential needs* sebagai variabel independen dan *attitude towards* sebagai variable intervening dan *Purchase intention* sebagai variabel dependen.

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder yang dikumpulkan dari hasil data yang diolah sesuai yang diharapkan oleh peneliti sehingga berlanjut sebagai penelitian.

Hasil akhir pada penelitian ini adalah semua variabel independen berpengaruh signifikan positif terhadap *attitude towards* dan berpengaruh signifikan positif terhadap *Purchase intention*.

KataKunci: *fashion involvement*, *brand conciousness*, *social comparison*, *experiential needs*, *attitude towards the brand*, *purchase intention*