

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Genap 2019/2020

## ANALISIS PENGARUH INOVASI MODE PADA LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP MEREK JAM TANGAN

Kennedy  
NPM: 1641112

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti mengenai merek jam tangan. Jam tangan sendiri mempunyai fungsi sebagai penunjuk waktu, namun di era sekarang Jam tangan pun mempunyai fungsi yang lain seperti dapat memperlihatkan status sosial seseorang dan juga jam tangan sendiri sudah mempunyai beragam merek, model yang unik sebagai pilihan sesuai dengan yang kita butuhkan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu *fashion innovativeness*, *cognitive associations*, *affective associations*, *sensory associations* dan *lovemarks* terhadap *brand loyalty* sebagai variabel dependen. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 334 orang responden di kota Batam, dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan kemudian diuji dengan menggunakan SPSS *Statistic* 23.0 dan juga *Smart PLS* 3.0.

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa semua variabel independen yaitu *fashion innovativeness*, *cognitive associations*, *affective associations*, *sensory associations*, *lovemarks* mempunyai hubungan yang signifikan positif terhadap variabel dependen, *brand loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh sebuah *fashion innovativeness* terhadap *brand loyalty* dalam membeli atau memilih merek jam tangan.

**Kata Kunci:** *fashion innovativeness*, *cognitive associations*, *affective associations*, *sensory associations*, *brand loyalty*.