

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Genap 2019/2020

ANALISIS PENGARUH KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SEPATU BERMEREK DI KOTA BATAM

HERNI
NPM: 1641168

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh konsumen dalam pembelian sepatu bermerek di Kota Batam dan juga besar pengaruh dari *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, *Perceived Value*, *Brand Personality*, *Organizational Associations* beserta juga yang terakhir adalah *Brand Uniqueness* terhadap *Brand Loyalty*. Pengolahan data tersebut menggunakan fasilitas program PLS.

Data yang didapatkan yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 283 kepada para responden. Penelitian ini menggunakan *link google form* yang disebarkan kepada masyarakat milenial yang terdapat di Kota Batam.

Hasil dari penelitian tersebut mencerminkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan positif dari *Brand Awareness*, *Brand Personality*, *Organizational Associations* dan *Brand Uniqueness* terhadap *Brand Loyalty*, sedangkan *Perceived Quality* dan *Perceived Value* menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap *Brand Loyalty*.

Penelitian ini untuk mengetahui seberapa loyal konsumen dalam melakukan pembelian sepatu bermerek melalui beberapa faktor seperti *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, *Perceived Value*, *Brand Personality*, *Organizational Associations* beserta juga yang terakhir adalah *Brand Uniqueness*.

Kata kunci: *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, *Perceived Value*, *Brand Personality*, *Organizational Associations*, *Brand Uniqueness*, *Brand Loyalty*.