

Skripsi Sarjana  
Program Studi Manajemen  
Semester Genap 2014/2015

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK KHONG GUAN DI KOTA BATAM**

NPM : 1141001  
Cerwandy

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *purchase intention* produk Khong Guan di Kota Batam. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini adalah *perceived quality*, *brand awareness*, *brand association*, *brand loyalty*, *brand image*, dan *perceived value* sebagai variabel independen terhadap *purchase intention* sebagai variabel dependen.

Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah metode nonprobabilitas dengan teknik *judgmental sampling* dan populasinya adalah orang yang pernah membeli dan mengonsumsi produk Khong Guan di mal-mal kota Batam. Sebanyak 200 kuesioner yang disebar, namun hanya 193 kuesioner yang dapat digunakan untuk analisa statistik dengan menggunakan program SPSS 21.0.

Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel *brand awareness*, *brand association*, *brand image*, dan *perceived value* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *purchase intention*, sedangkan *perceived quality* dan *brand loyalty* tidak memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *purchase intention*.

**Kata Kunci:** *perceived quality*, *brand awareness*, *brand association*, *brand loyalty*, *brand image*, *perceived value*, *purchase intention*