

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Skripsi Sarjana  
Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Ganjil 2018/2019

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY PADA MEREK SEPATU TERHADAP GENERASI MILENNIAL DI KOTA BATAM 2018

**RICKY HARMOKO**  
NPM : 1541155

### Abstrak

Objek yang akan dilakukannya pengkajian terbilang bisa dipakai dalam menyelami aspek yang memiliki dampak variabel ekuitas merek untuk masyarakat atau konsumen millennial di Kota Batam pada sepatu bermerek. aspek yang dalam maknanya merupakan variabel *brand association*, *brand loyalty*, *brand awareness*, *brand image*.

Pengkajian kepada objek masyarakat millennial di Kota Batam. Target penelitian terhadap populasi mahasiswa/i yang sudah mengenakan sepatu bermerek pada pelaksanaan pemilihan dan belanja di toko sepatu olahraga seperti *nike*, *Adidas*, *under armour*, *reebok*, *new balance*. Mahasiswa tertera terhadap Universitas Putra Batam, Universitas Internasional Batam Universitas Batam, Universitas Universal, dan Universitas Riau Kepulauan. Dalam penyusunan tersebut dibutuhkan penyebaran kuesioner sebanyak 450 lembar.

landasan basis data yang diolah memanfaatkan program *SPSS* versi 23.4, *brand association*, *brand loyalty*, *brand awareness*, *brand image* mempengaruhi *brand equity*.

**Keywords** : *brand equity*, *brand association*, *brand loyalty*, *brand awareness*, *brand image*.