

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Genap 2019/2020

ANALISIS PENGARUH *SELF-BRAND CONNECTION* DAN *BRAND EXPERIENCE* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA PRODUK SEPATU MEWAH DI KOTA BATAM

Junio Laveto Nadapdap
NPM: 1641307

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui adanya pengaruh *self-brand connection*, *brand experience*, *trust*, *satisfaction* terhadap *brand loyalty* terhadap sepatu merek mewah. Pada saat ini penjualan sepatu di Indonesia sangat meningkat, salah satunya di Kota Batam. Sepatu yang dijual pangsa pasar memiliki berbagai jenis merek serta harga, mulai dari merek biasa hingga merek mewah dan mulai dari harga termurah hingga termahal. Pembelian sepatu dilakukan untuk kebutuhan pribadi dan ada juga untuk sebagai investasi.

Permasalahan yang sering terjadi pada saat konsumen ingin membeli sepatu merek mewah adalah harga yang sangat mahal serta risiko dalam pembelian produk palsu sangat rentan. Perusahaan yang membuat produk sepatu merek mewah sesuai dengan keinginan konsumen menciptakan konsumen yang loyal karena telah memberikan kepuasan serta kepercayaan konsumen terhadap produk yang telah diberikan. Pada permasalahan yang didapat, penelitian ini dilakukan untuk bagaimana perusahaan dapat menciptakan konsumen yang loyal melalui koneksi terhadap merek sendiri, pengalaman merek, kepercayaan serta kepuasan konsumen terhadap produk sepatu merek mewah.

Hasil yang didapat dari penelitian yang dilakukan adalah perusahaan atau pelaku pasar dapat menciptakan konsumen yang loyal dengan mengenali terlebih dahulu apa yang diinginkan konsumen. Tahap terbaik adalah konsumen yang mendapat kepuasan dan kepercayaan terhadap produk yang diberikan perusahaan atau pelaku pasar serta sebaliknya perusahaan dan pelaku pasar mendapatkan profit atau keuntungan dalam penjualan.

Kata Kunci: koneksi terhadap merek, pengalaman merek merupakan salah satu cara menjadikan konsumen yang loyal, adanya rasa percaya dan kepuasan tersendiri dari konsumen menjadikan suatu motivasi dalam menciptakan konsumen loyal.