

Intensi pembelian konsumen Indonesia terhadap brand Amerika dan brand lokal pada produk Apparel (Studi kasus: mahasiswa konsumen backpack brand Jansport dan Eiger) = Indonesian consumers purchase intention toward a United States and local brand in Apparel product (case study: student consumers backpack brand Jansport and Eiger)

Turnip, Theresia Yusefina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331566&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi intensi pembelian konsumen Indonesia terhadap produk apparel khususnya backpack dengan brand Amerika maupun brand lokal. Janport merepresentasikan brand Amerika dan Eiger merepresentasikan brand lokal. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa. Jumlah responden yang digunakan adalah sebanyak 163 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai emosional, pemilihan kreatif, dan sikap terhadap produk Amerika, merupakan faktor yang lebih mempengaruhi intensi pembelian konsumen Indonesia dibandingkan dengan persepsi kualitas.

.....

The purpose of this study is to understand the factors that are influencing Indonesia consumers? purchase intention on apparel product especially backpack with a American brand and local brand. Jansport is representing American brand and Eiger is representing local brand. Responden of this study is a student. Total of respondents are 163 students. This study use Structural Equation Model (SEM) as analysis data technique. The result of this study shows that emotional value, creative choice- conformity are the factors that has influencing Indonesian consumers? purchase intention more rather than perceived quality.