

Analisis pengaruh brand experience terhadap consumer willingness to pay premium price dengan variabel mediasi brand credibility dan perceived uniqueness: studi kasus merek sepatu olahraga = Analysis impact of brand experience toward consumer willingness to pay premium price with brand credibility dan perceived uniqueness as a mediator variable: study on sports shoes brand

Putri Wulan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20483111&lokasi=lokal>

Abstrak

Dengan semakin berubahnya pandangan dan trend yang berkembang di masyarakat mengenai gaya hidup sehat turut serta mempengaruhi tingkat penjualan pakaian olahraga. Pakaian olahraga khususnya sepatu olahraga, pada saat ini tidak hanya dinilai pada aspek fungsionalnya saja, namun konsumen lebih mencari pengalaman yang didapatkan ketika memilih merek sepatu olahraga. Dengan pentingnya pengalaman merek bagi konsumen sehingga dapat mempengaruhi kesediaan konsumen dalam membayar. Maka dari itu pada penelitian ini penulis tertarik untuk mengukur seberapa berhasil pengalaman merek yang diciptakan oleh perusahaan dapat mempengaruhi kesediaan konsumen Indonesia untuk membayar dengan harga premium. Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi bagi perusahaan dalam menentukan strategi harga.

.....

Changes in views and trends in the community regarding healthy lifestyles also influence the level of sales of sportswear. Especially sports shoes, not only about the functional aspects, but also consumers are looking for more experience when choosing a brand of sports shoes. With the importance of brand experience for consumers so that it can affect consumers willingness to pay. In this study the authors are interested in measuring how successful brand experience created by companies can influence the willingness of Indonesian consumers to pay at a premium price. The results of this study can be information for companies in determining pricing strategies.