

Kerangka Konseptual Brand Loyalty Vans (Studi pada Pengguna Sepatu Vans di Jakarta) = A Conceptual Framework of Brand Loyalty Vans (The Study of Vans Shoe Users)

Yasmeen Firyaaalia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20500463&lokasi=lokal>

Abstrak

Loyalitas dapat tumbuh didorong oleh keterikatan konsumen dengan sebuah brand yang diawali dari komitmen brand tersebut dalam menjaga keasliannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand authenticity terhadap brand attachment dan pengaruh brand attachment terhadap brand loyalty pada pengguna sepatu Vans di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data survei. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dengan menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand authenticity mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap brand attachment, serta brand attachment mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap brand loyalty.

Loyalty can grow driven by consumers' attachment to a brand that starts from the brand's commitment in maintaining its authenticity. The purpose of this research is to determine the effect of brand authenticity on brand attachment and the effect of brand attachment on brand loyalty in Vans users in Jakarta. The research employs a quantitative research with survey to collect the data. The sample in this research amounted to 100 respondents by purposive sampling methods. The result of this research shows there is a positive and significant relation between brand authenticity towards brand attachment and also there is a positive and significant relation between brand attachment towards brand loyalty.