

Pengaruh Brand Authenticity Terhadap Brand Attachment: Konsumen Teh Botol Sosro di Jakarta Selatan = The Effect of Brand Authenticity on Brand Attachment: Teh Botol Sosro's Consumer in South Jakarta

Astrid Emily Haisyah Simen, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535830&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh brand authenticity terhadap brand attachment. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survei menggunakan instrumen kusioner yang disebarakan kepada 130 orang responden di Jakarta Selatan. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan seluruh dimensi yang terdapat pada brand authenticity yang terdiri dari quality commitment, heritage, continuity, originality, dan naturalness berpengaruh terhadap brand attachment. Hal ini menunjukkan bahwa brand authenticity yang dipertahankan oleh Teh Botol Sosro berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen sehingga menghasilkan keterikatan secara kognitif dengan para konsumen.

.....This study aims to analyze the influence of brand authenticity on brand attachment. This study uses a quantitative approach by conducting a survey using a questionnaire instrument distributed to 130 respondents in South Jakarta. Data processing in this research uses simple regression analysis method. The findings of this study present that all dimensions contained in brand authenticity consisting of quality commitment, heritage, continuity, originality, and naturalness affect the brand attachment. This result shows that brand authenticity maintained by Teh Botol Sosro influences consumer purchasing decisions to produce cognitive attachment with consumers.