

PENGARUH PERCEIVED QUALITY & BRAND IMAGE TERHADAP BRAND LOYALTY PRODUK ERIGO MENURUT GENERASI Z DI KOTA MALANG

Penulis :

Kefin hardaniansah

Nim 1011810044

Dosen Pembimbing :

Alfina, S.M., M.M.

DESKRIPSI

Pada penelitian kali ini, penulis akan meneliti mengenai trend fashion yang sedang beredar di Kota Malang. Yang mana Kota Malang merupakan sebuah kota dengan mayoritas penduduknya adalah anak muda dikarenakan kota ini merupakan kota yang terkenal untuk studi dan juga tidak sedikit yang memiliki bisnis. Salah satu bisnis yang ada dikota ini yaitu bisnis fashion. Brand fashion Erigo didirikan pada tahun 2010 dan di kepalai oleh Muhammad Saddam, Erigo merupakan perusahaan yang memang didedikasikan untuk fashion atau clothing line anak muda sehingga tidak heran jika banyak anak muda yang memiliki koleksi pakaian dari Erigo. Pada mulanya, nama merek yang digunakan yaitu "Selected and Co" kemudian sekarang nama Erigo. Erigo didesain untuk kebutuhan perjalanan yang nyaman digunakan dan ramah untuk penggunaanya

RUMUSAN MASALAH

- a. Bagaimana pengaruh variabel Perceived Quality terhadap Brand Loyaty Erigo?
- b. Bagaimana pengaruh variable Brand Image terhadap Brand Loyalty Erigo?

METODE PENELITIAN

Kuantitatif

ANALISA PEMBAHASAN

Salah satu hal yang mengindikasi bahwa perceived quality tidak memiliki pengaruh terhadap brand loyalty erigo yaitu terdapat pada karakteristik responden bahwa penelitian ini di tujukan kepada seseorang yang memiliki produk erigo lebih dari satu yang mana seseorang yang memiliki produk erigo belum tentu mereka membeli produk erigo, maka seseorang yang hanya memiliki produk erigo belum tentu mereka loyal terhadap produk erigo.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisis data yang sudah diperoleh, dapat di ketahui bahwa variabel Perceived quality tidak berpengaruh terhadap brand loyalty ERIGO pada gen Z di kota malang. Dari penelitian ini membuktikan bahwa perceived quality tidak memiliki pengaruh untuk produk ERIGO.
2. Berdasarkan hasil analisis data yang sudah di peroleh dapat di ketahui bahwa variabel brand image berpengaruh terhadap brand loyalty produk ERIGO pada gen Z di kota malang. Yang mana Semakin tinggi brand image maka akan mendorong semakin baik pula brand loyalty produk ERIGO.