

Pengaruh Brand Orientation terhadap Kinerja Keuangan pada UMKM = The Impact of Brand Orientation on Financial Performance on MSMEs / Lidhyananta Martdianasari

Lidhyananta Martdianasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368378&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Saat ini, terjadi perubahan perilaku konsumen dalam keputusan pembelian mereka yang lebih melihat pada persepsi atas brand dibandingkan realita produk tersebut. Hal ini menyebabkan terjadinya perubahan pola pikir dari product-blame menjadi brand-blame. Mengingat persepsi adalah hal yang sangat sensitif dan mudah berubah, maka brand orientation dapat menjadi pilihan strategi perusahaan untuk memenangkan konsumen, kompetisi dan pasar. Berdasarkan hal-hal tersebut, peneliti mengadakan penelitian mengenai brand orientation pada UMKM dan pengaruhnya terhadap kinerja keuangan UMKM. Penelitian ini menggunakan metode SEM. Kesimpulan yang diperoleh pada penelitian ini adalah brand orientation berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM.

<hr>

ABSTRACT

Consumer behaviour has changed recently. Consumer base their decision of purchasing much more on their perception of the brand, other than the product reality. Mindset are shifting from product-blame to brand-blame. Because the nature of perception are very sensitive dan easily change, brand orientation can be strategic option for company to survive dan win the competition, consumer, and market. Therefore, researcher wants to study about brand orientation on MSMEs and it impacts on financial performance on MSMEs. Structural Equation Modelling Method was used. The study reveals that brand orientation has positif impact on financial performance on MSMEs.