

Analisis brand image UNIQLO pada produk uniqlo = The effect of brand image UNIQLO

Nadia Ratna Suminar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20432030&lokasi=lokal>

Abstrak

Brand image dianggap salah satu aspek yang paling penting dalam mempengaruhi minat dalam memilih brand. Konsumen dapat menciptakan nilai yang dirasakan dan kualitas berdasarkan brand image dengan menciptakan citra kualitas dan kehandalan, yang menjamin konsumen saat akan melakukan pembelian. Penelitian ini membahas mengenai pengaruh brand image UNIQLO pada produk pakaian UNIQLO. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana brand image UNIQLO pada produk pakaian UNIQLO di Jakarta. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain eksplanatif dan bertujuan untuk menjelaskan variabel brand image. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen UNIQLO dengan menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara brand image sebagai variabel independen dan repurchase intention sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa brand image produk pakaian UNIQLO tinggi dan dimensi brand image yang paling kuat adalah dimensi attribute.Brand image is considered as one of the most important aspects that influences most important aspects in influencing interest in choosing a brand. Consumers create perceived value and quality based on brand image that creates an image of quality and reliability, which ensures consumers to make a purchase. This study's purpose is to analyze the influence of brand image on UNIQLO clothing products. This study uses quantitative approach. The sample in this study was 100 people UNIQLO consumers using non-probability sampling with purposive technique. The research instruments used questionnaire. The results of this study indicate that there are brand image of UNIQLO apparel products at a high category and dimensions of brand image with the highest value are in the dimension attribute.