

Pengaruh brand familiarity terhadap minat beli yang dimediasi brand fit pada produk Sephora gerai Kota Kasablanka, Jakarta Selatan = The effect of brand familiarity toward consumer purchase intention mediated by brand fit on Sephora s product in Kota Kasablanka outlet, South Jakarta

Christie Elizabeth, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20473318&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRACT

Penelitian ini menguji pengaruh brand familiarity terhadap minat konsumen pada produk Sephora Gerai Kota Kasablanka dengan variabel mediasi brand fit. Variabel yang akan diuji pada penelitian ini ada variabel brand familiarity, variabel brand fit dan variabel minat beli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan data penelitian dikumpulkan melalui survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang merupakan wanita usia 18 sampai 35 Tahun yang pernah mendengar produk Sephora. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear, regresi linear berganda, uji sobel, dan uji analisis jalur. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh brand familiarity terhadap minat beli produk Sephora gerai Kota Kasablanka, Jakarta Selatan melalui brand fit.

<hr>

ABSTRACT

This study examines the effect of brand familiarity toward consumer purchase intention on Sephora rsquo s Product in Kota Kasablanka Outlet with mediator variable Brand Fit. The variable that used in this research is brand familiarity, brand fit and purchase intention. This research uses quantitative approach and the data collected through survey by distributing questionnaires to 100 respondents who are woman age 18 to 35 years old who rsquo ve heard Sephora before. The analysis technique used in this research is linear regression, multiple regressions, sobel and path analysis. The result shows there rsquo s effect from brand familiarity toward consumer purchase intention on Sephora rsquo s Product in Kota Kasablanka Outlet, South Jakarta mediated by brand fit.