

THE CORRELATION BETWEEN LOCAL FASHION PRODUCT BRAND IMAGES WITH THE CONSUMER SATISFACTION ON ADOLESCENTS

Refira Ega Cahyani

ABSTRACT

The purpose of this research is to find the correlation between local fashion product brand images with the consumer satisfaction on adolescents. The proposed research hypothesis is that there is positive and significant correlation between the variables of the brand images and the consumer satisfaction on adolescents. The subjects of this research are adolescents aged 12 to 21 who have purchased local brand fashion products. The data is collected by distributing online questionnaires to the research subjects. The questionnaire consists of local fashion brand images with the scale (14 items, $\alpha = 0,929$) and consumer satisfaction with the scale (6 items, $\alpha = 0,905$). The result of the assumption test shows that the data is not qualified to the normality requirement, but qualified to the linearity requirement. Therefore, the data is analyzed using Spearman's Rho. The result of the analysis shows that the local fashion product brand images variable has positive correlations to the consumer satisfaction. Those two variables have correlation coefficient of $r = 0.747$ and significant value of $p = 0.000$. It means that the higher local fashion product brand images, the higher consumer satisfaction on the adolescents.

Keywords : adolescents, brand image, consumer satisfaction



HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK PRODUK FASHION LOKAL DENGAN KEPUASAN KONSUMEN PADA REMAJA

Refira Ega Cahyani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara citra merek produk fashion lokal dengan kepuasan konsumen pada remaja. Hipotesis penelitian yang diajukan adalah adanya hubungan yang positif dan signifikan antara variabel citra merek dengan kepuasan konsumen pada remaja. Subjek dalam penelitian ini ada 228 orang remaja yang berusia 12 sampai 21 tahun yang pernah membeli produk fashion merek lokal. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner secara online. Kuesioner penelitian terdiri dari skala citra merek produk fashion lokal (14 item, $\alpha = 929$) dan skala kepuasan konsumen (6 item, $\alpha = 905$). Hasil uji asumsi menunjukkan bahwa data tidak memenuhi syarat normalitas, namun memenuhi syarat linearitas. Oleh karena itu, analisis data dilakukan menggunakan *Spearman's rho*. Hasil uji analisis menunjukkan bahwa variabel citra merek produk fashion lokal berkorelasi positif dengan kepuasan konsumen. Kedua variabel tersebut memiliki koefisien korelasi $r = 0,747$ dan nilai signifikansi $p = 0,000$. Hal ini menunjukkan semakin baik citra merek produk fashion lokal, maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen yang dimiliki remaja.

Kata kunci : remaja, kepuasan konsumen, citra merek produk fashion lokal