

ABSTRAK
**ANALISIS PENGARUH EKUITAS MEREK, KEPUASAN
PELANGGAN, DAN RESONANSI MEREK TERHADAP
MINAT PEMBELIAN KEMBALI PADA INDUSTRI KREATIF
DAN GAYA HIDUP DI INDONESIA**

Kharis Suud

**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam
Indonesia**

kharisuud@gmail.com

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan industri kreatif dan gaya hidup di Indonesia. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Ekuitas Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Resonansi Merek terhadap minat Pembelian Kembali. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan aktivitas menonton film Filosofi Kopi atau pernah melakukan pembelian di Kedai Filosofi Kopi. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang di sebar sebanyak 160 data.

Metode analisis data menggunakan analisis linear berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa Ekuitas Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Resonansi Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Pembelian Kembali. Selain itu Resonansi Merek memiliki efek mediasi pada hubungan Ekuitas Merek dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Pembelian kembali.

Kata Kunci : Ekuitas Merek, Kepuasan Pelanggan, Resonansi Merek, Minat Pembelian Kembali, Filosofi Kopi.

ABSTRACT

ANALYSIS OF EFFECT OF BRAND EQUITY, CUSTOMER SATISFACTION, AND BRAND RESONANCE TO REPURCHASE INTENTION IN CREATIVE AND LIFESTYLE INDUSTRY IN INDONESIA

Kharis Suud

Department of Management, Faculty of Economics, Islamic

University of Indonesia

kharisuud@gmail.com

This research is motivated by the development of creative industries and lifestyles in Indonesia. The purpose of this study was to determine the effect of Brand Equity, Customer Satisfaction, and Brand Resonance to Repurchase Intention. In this study the population is all consumers who have ever watched the Filosofi Kopi movie or have made a purchase at the Coffee Shop Filosofi Kopi. Data collection techniques using questionnaires scattered as many as 160 data.

The data analysis method using multiple linear analysis. The results of the study prove that Brand Equity, Customer Satisfaction, and Brand Resonance have a significant effect on Repurchase Intention. In addition, Brand Resonance has a mediating effect on the relationship of Brand Equity and Consumer Satisfaction to Repurchase Intention.

Key word : Brand Equity, Customer Satisfaction, Brand Resonance, Repurchase Intention, Filosofi Kopi.