

ABSTRAK

Irfan Dhiya Prasetya (44316110025)

**ANALISIS TINGKAT BRAND LOYALTY POLO RALPH LAUREN
INDONESIA PADA E-COMMERCE (Survey Pada Followers Brand Polo
Ralph Lauren Indonesia Di Shopee)**

Jumlah Halaman : x + 64 + 11 Lampiran

Bibliografi : 30 acuan, Tahun 1997 – 2020

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tingkat loyalitas merek pada brand Polo Ralph Lauren Indonesia pada E-Commerce, mengetahui bentuk kekuatan loyalitas merek Polo Ralph Lauren Indonesia pada E-Commerce, tingkat pembeli yang dominan dari loyalitas merek Polo Ralph Lauren Indonesia pada E-Commerce. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang merupakan followers account official store Polo Ralph Lauren Indonesia. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat loyalitas merek dari tingkat *satisfied buyer* sebesar 4,02 lalu diikuti dengan *liking the brand* 4,01 diurutkan ke dua, lalu *habitual buyer* dengan mean 3,85, lalu ada *committed buyer* dengan mean 3,78, dan yang terakhir ada *brand switcher* dengan nilai mean 3,7.

Kata Kunci : Brand Loyalty, Brand Switcher, Habitual Buyer, Satisfied Buyer, Liking The Brand, Committed Buyer

ABSTRAK

Irfan Dhiya Prasetya (44316110025)

**ANALISIS TINGKAT BRAND LOYALTY POLO RALPH LAUREN
INDONESIA PADA E-COMMERCE (Survey Pada Followers Brand Polo
Ralph Lauren Indonesia Di Shopee)**

Jumlah Halaman : x + 64 + 11 Lampiran

Bibliografi : 30 acuan, Tahun 1997 – 2020

This study aims to explain the level of brand loyalty to the Polo Ralph Lauren Indonesia brand in E-Commerce, to find out the strength of Polo Ralph Lauren Indonesia brand loyalty in E-Commerce, the dominant buyer level of Polo Ralph Lauren Indonesia brand loyalty in E-Commerce. The type of research used in this research is descriptive research using a quantitative approach. The samples taken were 100 respondents who were followers of the official Polo Ralph Lauren Indonesia store account. The data collection method used is a questionnaire. Data analysis used in this research is descriptive statistical analysis. The results of this study indicate that the level of brand loyalty from the stratified buyer level is 4.02, followed by liking the brand 4.01 second, then habitual buyers with a mean of 3.85, then there are committed buyers with a mean of 3.78, and the last finally there is a brand switcher with a mean value of 3.7.

Keywords: Brand Loyalty, Brand Switcher, Habitual Buyer, Statified Buyer, Liking The Brand, Committed Buyer