

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan *brand loyalty* sepatu olahraga berdasarkan jenis kelamin di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah riset deskriptif yang bersifat komparatif. Penelitian ini menggunakan 7 faktor *brand loyalty* yaitu *brand name*, *product quality*, *price*, *style*, *promotion*, *store environment* dan *service quality*.

Sumber data yang digunakan adalah data primer yakni dengan menyebarkan kuesioner, dan teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*. Target populasi adalah pembeli dan pengguna sepatu olahraga di Surabaya minimal 1 tahun terakhir, laki-laki atau perempuan dengan pendidikan minimal SMA, berdomisili di Surabaya, dan loyal terhadap 1 merek sepatu olahraga yang paling sering digunakan. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reabilitas, dan uji *Independent Samples T Test*. Uji validitas dan reabilitas digunakan untuk menguji kesahihan tiap-tiap pernyataan dalam kuesioner serta mengukur kredibilitas dari pernyataan tersebut, sedangkan uji *Independent Samples T Test* digunakan untuk mengetahui perbedaan *brand loyalty* laki-laki dan perempuan. Dalam pengolahan data tersebut menggunakan analisis deskriptif dengan SPSS 18.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan berdasarkan jenis kelamin pada faktor *brand name*, *product quality*, *store environment*, *promotion* dan *service quality*. Sedangkan pada faktor *price* dan *style* tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

Kata kunci : *brand loyalty*, *brand name*, *product quality*, *store environment*, *promotion*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine differences in sports shoes brand loyalty based on sex in Surabaya. Penelitian type used is descriptive research that is comparative. This study uses the 7 factors of brand loyalty brand name, product quality, price, style, promotion, store environment and service quality.

Source of data used is primary data that is by distributing questionnaires, and the sampling technique is non-probability sampling. The target population is the buyers and users of sports shoes in Surabaya last at least 1 year, male or female with at least high school education, living in Surabaya, and loyal to one brand of sports shoes is the most commonly used. This study used validity, test reliability, and test Independent Samples T Test. Validity and reliability are used to test the validity of each statement in the questionnaire as well as to measure the credibility of the statement, while the test Independent Samples T Test was used to determine differences in brand loyalty of men and women. In processing the data using descriptive analysis with SPSS 18.0 for windows.

Results showed significant differences by gender on factors brand name, product quality, store environment, promotion and service quality. While the factor of price and style is not a significant difference.

Keywords: brand loyalty, brand name, product quality, store environment, promotion