

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan faktor-faktor *brand loyalty sportswear* badminton berdasarkan gender di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif yang bersifat konklusif. Penelitian ini menggunakan 7 faktor *brand loyalty* yaitu *brand name*, *product quality*, *price*, *style*, *store environment*, *promotion*, dan *service quality*.

Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 200 kuesioner dan disebar di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* dan data akan diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dengan bantuan *SPSS 18.0 for window*. Penelitian ini menggunakan uji *Independent Samples T Test* dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan faktor-faktor *brand loyalty* berdasarkan gender.

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

Kata Kunci: *brand loyalty*, *brand name*, *product quality*, *promotion*, dan *service quality*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the differences in badminton sportswear brand loyalty based on gender in Surabaya. The type of research is descriptive conclusive. This study uses 7 factors of brand loyalty are brand name, product quality, price ,style ,store environment, promotion, and service quality.

Source of data used is primary data that is by distributing questionnaires. The number of questionnaires distributed are 200 questionnaires and distributed in Surabaya. The sampling technique used was convenience sampling and the data will be processed using descriptive analysis with SPSS 18.0 for windows. This study uses the Independent Samples T Test in order to determine the difference of brand loyalty factors based on gender.

The results obtained showed significant differences by gender on factors brand name, product quality, promotion, and service quality. While the factors that there is no significant difference is factors price, style, and store environment.

Key Words: brand loyalty, brand name, product quality, promotion, and service quality