

## ABSTRAK

### **Pengaruh Duta Merek Terhadap Minat Beli Melalui Citra Merek Pada Produk Merek Fesyen Lokal Erigo**

Gita Faradilla A.<sup>1)</sup>, Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

<sup>2)</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui (1) adanya pengaruh variabel Duta merek terhadap Minat Beli; (2) adanya pengaruh variabel Duta merek terhadap Citra Merek; (3) adanya pengaruh variabel Citra Merek terhadap Minat Beli; (4) adanya pengaruh variabel Duta merek terhadap Minat Beli yang dimediasi oleh Citra Merek. Populasi yang dituju dalam penelitian ini merupakan calon konsumen dari merek Erigo dengan teknik pengambilan sampel berupa purposive sampling sebanyak 240 orang responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data Structural Equation Modeling (SEM). Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa (1) Duta merek tidak berpengaruh terhadap Minat Beli; (2) Duta merek berpengaruh terhadap Citra Merek; (3) Citra Merek berpengaruh terhadap Minat Beli; dan (4) Citra Merek dapat memediasi pengaruh Duta merek terhadap Minat Beli.

Kata kunci: Duta merek, Citra Merek, Minat Beli, Structural Equation Modeling (SEM)