

ABSTRAK

Angela

(00000014642)

PENGARUH TEMAN SEBAYA DAN MEDIA TERHADAP NIAT BELI DENGAN KETERGANTUNGAN HARGA DIRI DAN KESADARAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Kegiatan konsumsi tidak akan pernah lepas dari kebutuhan manusia yang tidak terbatas dan harus dapat memenuhi setiap kebutuhan dengan alat pemuas kebutuhan yang terbatas. Paradigma penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Jenis penelitian kuantitatif yang Objek dari penelitian ini adalah ZARA. Penelitian ini menggunakan skala likert. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode kuesioner dengan google form. Sampel penelitian ini adalah 136 responden merupakan konsumen yang membeli ZARA di Lippo Mall. Hasil penelitian menunjukkan teman sebaya berpengaruh positif terhadap ketergantungan harga diri, media berpengaruh positif terhadap ketergantungan harga diri, ketergantungan harga diri berpengaruh positif terhadap kesadaran merek, dan kesadaran merek berpengaruh positif terhadap niat pembelian konsumen sedangkan teman sebaya dan media tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran merek.

Kata Kunci : Pengaruh Teman Sebaya, Media, Ketergantungan Harga Diri