

ABSTRAK

Belakangan ini banyak *brand fashion* di Indonesia berkembang dengan cepat, salah satunya adalah dari industri sepatu. Saat ini sepatu menjadi sebuah kebutuhan yang wajib dimiliki oleh setiap orang terutama kaum milenial. Karenanya persaingan industri sepatu lokal di Indonesia sangat tinggi dengan berbagai macam jenis sepatu dengan inovasi dan model yang diberikan dengan tujuan untuk menarik perhatian para penggemar sepatu. Ventela, Compass, Brodo, dan Geoff Max merupakan *brand* sepatu lokal yang memiliki minat tertinggi di Indonesia. Terdapat berbagai macam faktor yang menjadikan *brand* sepatu lokal meraih keberhasilan dalam menjual sepatu-sepatu tersebut, faktor tersebut diantaranya adalah *value* dan *satisfaction* yang diberikan oleh *brand* lokal kepada para penggemar sepatu lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *value* dan *satisfaction* yang diberikan oleh *brand* Ventela. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk memeriksa *customer satisfaction* memediasi pengaruh *value* terhadap *behavioral intention*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survei melalui kuesioner kepada 385 responden yang merupakan pengguna sepatu Ventela. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling-Partial Least Square*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *hedonic value* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, *utilitarian value* terhadap *customer satisfaction*, *hedonic value* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, *utilitarian value* berpengaruh terhadap *behavioral intention*, *customer satisfaction* terhadap *behavioral intention* dan *customer satisfaction* memediasi *hedonic value* dan *utilitarian value* terhadap *behavioral intention*.

Saran yang dapat diberikan kepada *brand* Ventela berdasarkan hasil responden mengenai *hedonic value*, *utilitarian value*, *customer satisfaction*, dan *behavioral intention* adalah meningkatkan inovasi-inovasi pada *website* Ventela, meningkatkan prosedur berbelanja secara *online*, meningkatkan keunggulan

website Ventela seperti informasi yang informatif dan meningkatkan kenyamanan pembeli ketika menggunakan *website* Ventela.

Kata Kunci: *behavioral intention* , *hedonic value* ,*utilitarian value*, *satisfaction*, sepatu lokal.