

SUMMARY

ANALISIS SIKAP TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK TEH BOTOL SOSRO (Survey pada Mahasiswa Ekonomi Jurusan Manajemen – Akuntansi Reguler Angkatan 2003-2005 Universitas Indonusa Esa Unggul)

Created by MARISSA KUSUMAWATI

Subject : ANALISIS SIKAP TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
DALAM MEMBELI PRODUK TEH BOTOL SOSRO

Subject Alt : ANALISIS SIKAP TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
DALAM MEMBELI PRODUK TEH BOTOL SOSRO

Keyword : PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK TEH BOTOL SOSRO

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis Sikap Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Teh Botol Sosro. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis fishbein.

Sehingga diperoleh hasil bahwa merek dan harga merupakan dua hal yang paling diminati oleh konsumen apabila dilihat dari sikap, diikuti dengan desain, kemasan dan ukuran, sedangkan apabila dilihat dari keyakinan norma subjektif responden lebih memilih kebiasaannya sendiri dari pada keluarga, teman, atau iklan. Untuk hasil sikap terhadap perilaku diperoleh kesimpulan bahwa hanya 2 orang (2.22%) yang pasti membeli teh botol sosro, 17 orang (18.89%) mungkin akan membeli, 24 orang (26.67%) ragu-ragu, 28 orang (31.11%) mungkin tidak akan membeli, dan sebanyak 19 orang (21.11%) tidak akan membeli teh botol sosro. Yang berarti bahwa sebanyak 2.22% responden merupakan pembeli aktual, 45.56% responden merupakan pembeli potensial dan 52.22% responden bukan pembeli potensial.

Date Create : 09/01/2014

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-2001-11-059

Collection : 2001-11-059

Source : Perpustakaan Esa Unggul

Relation Collection Universitas Esa Unggul

COverage : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : Copyright @2014 by UEU Library

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor