

SUMMARY

PENGARUH KUALITAS PRODUK, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR KEPRIBADIAN TERHADAP LOYALITAS MEREK (BRAND LOYALITY) PRODUK TV SAMSUNG (Studi Kasus pada Konsumen TV Samsung di Electronic City Jakarta Barat)

Created by ACHMAD REZA GEMA NUGRAHA

Subject : PENGARUH KUALITAS PRODUK

Subject Alt : PENGARUH KUALITAS PRODUK

Keyword : kualitas; produk; sosial; kepribadian;

Description :

Studi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk, faktor sosial, dan faktor kepribadian terhadap loyalitas merek TV Samsung. Adapun yang menjadi variabel independent (X) adalah kualitas produk, faktor sosial, dan faktor kepribadian. Sedangkan yang menjadi variabel dependent (Y) adalah loyalitas merek. Penelitian ini dilakukan di Electronic City Jakarta Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan faktor pribadi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas merek. Artinya apabila variabel kualitas produk dan faktor pribadi naik, maka loyalitas merek akan naik pula, sebaliknya apabila variabel kualitas produk dan faktor pribadi turun, maka nilai loyalitas merek pun akan turun. Sedangkan faktor sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek.

Dengan menggunakan uji F (uji hipotesis secara simultan), ketiga variabel tersebut yaitu kualitas produk, faktor sosial, dan faktor pribadi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek.

Date Create : 17/01/2014

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-2000 – 11 – 121

Collection : 2000 – 11 – 121

Source : Perpustakaan Esa Unggul

Relation Collection Universitas Esa Unggul

COverage : Civitas 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