https://digilib.esaunggul.ac.id

SUMMARY

ANALISIS PENGARUH PENGALAMAN PEMASARAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPERCAYAAN MEREK DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (studi kasus : Dapur Cokelat cabang Greenville)

Created by RIA RIVISA

Subject : CITRA MEREK

Subject Alt : LOYALITAS KONSUMEN

Keyword : : citra merek; loyalitas; konsumen;

Description :

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), dan rancangan cross sectional study yang bersifat kuantitatif. Dimana pada penelitian ini, digunakan kuesioner dengan menggunakan alat ukur yang dirancang berdasarkan skala Likert. Data yang diperoleh kemudian akan di uji validitas dan reliabilitasnya sebelum diolah lebih lanjut dengan menggunakan analisis structural equation modelling (SEM).
Hasil dari penelitian ini yaitu tidak terdapatnya pengaruh pengalaman pemasaran terhadap kepercayaan merek yang terlihat dari hasil T-values sebesar -0,65, tidak terdapatnya pengaruh citra merek terhadap kepercayaan merek yang terlihat dari hasil T-values sebesar 0,45, tidak terdapatnya pengaruh pengalaman pemasaran terhadap loyalitas konsumen sebesar 0,77 dan tidak terdapatnya pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen sebesar -0,51, nilai dari keempat hipotesis ini <1,96 sehingga dapat disimpulkan tidak ada pengaruh. Hipotesis yang kelima mempunyai pengaruh dengan nilai T-values sebesar 2,31, sehingga terdapat pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen.

Date Create : 03/06/2014

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-2010-11-076

Collection : 2010-11-076

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