

SUMMARY

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK BAN ACHILESS PT. MULTISTRADA ARAH SARANA PADA PENGEMUDI USIA MUDA DKI JAKARTA

Created by ENDAH ARI CAKRAWATI

Subject : PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT
BELI PRODUK BAN ACHILESS
PT. MULTISTRADA ARAH SARANA PADA
PENGEMUDI USIA MUDA DKI JAKARTA

Subject Alt : PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT
BELI PRODUK BAN ACHILESS
PT. MULTISTRADA ARAH SARANA PADA
PENGEMUDI USIA MUDA DKI JAKARTA

Keyword : Pengaruh, Citra Merek dan Minat Beli

Description :

Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Ban
Achilles PT. Multistrada Arah Sarana Pada Pengemudi Usia
Muda DKI Jakarta

Jumlah Halaman : ix + 109 + lampiran 19 lembar

Kata Kunci : Pengaruh, Citra Merek dan Minat Beli

Daftar Pustaka : 19 judul 1992- 2004

Skripsi ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui seberapa besar pengaruh antara citra merek terhadap minat beli produk ban Achilles PT. Multistrada Arah Sarana pada pengemudi usia muda DKI Jakarta.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kolerasional (Correlational Study) dengan pendekatan kuantitatif.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan adanya pengaruh yang kuat antara citra merek terhadap minat beli ban Achilles. Dalam citra merek terdapat tiga variabel yang yaitu citra pembuat, citra pemakai dan citra produk, dan ketiganya memiliki pengaruh terhadap minat seseorang untuk membeli produk ban Achilles. Penelitian ini dilakukan pada responden yang merupakan eksekutif muda yaitu karyawan swasta, pengusaha dan pegawai negeri yang berusia muda, memiliki kendaraan roda empat (mobil) dan termasuk golongan ekonomi menengah, dengan jumlah sampel 50 responden, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan penyebaran kuesioner yang harus diisi oleh responden yang sesuai dengan kriteria diatas.

Dari hasil uji pengujian diperoleh nilai r untuk ketiga variabel yaitu citra pembuat (X1), citra pemakai (X2), dan citra produk (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian dapat disimpulkan, citra merek khususnya citra pemakai memiliki pengaruh paling signifikan yaitu 0,50 terhadap minat beli konsumen ban Achilles PT. Multistrada Arah Sarana pada pengemudi usia muda DKI Jakarta

Date Create : 03/12/2014
Type : Text
Format : pdf
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-undergraduate_2008-52-089
Collection : undergraduate_2008-52-089
Source : Undergraduate these communication of faculty
Relation Collection Universitas Esa Unggul
COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : copyright2014@esaunggul

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