

SUMMARY

ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MIE SEDAAP

ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MIE SEDAAP

Created by LEVIANO WINOTO

Subject : ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MIE SEDAAP

Subject Alt : ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MIE SEDAAP

Keyword : bauran pemasaran, produk, harga, distribusi, promosi, keputusan
pembelian, analisis diskriminan

Description :

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menentukan faktor-faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Mie Sedaap. serta untuk mengetahui faktor manakah dari keempat faktor bauran pemasaran tersebut yaitu produk, harga, distribusi dan promosi yang secara dominan merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian Mie Sedaap. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kecenderungan perilaku konsumen Mie Sedaap di masa yang akan datang, dilihat dari Z score yang terbentuk. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi lapangan dengan melakukan survey dan studi pustaka. Data primer dikumpulkan dari 100 orang melalui penyebaran kuesioner. Teknik dalam pengambilan sample untuk kuesioner ini menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil diskriminan maka dapat disimpulkan bahwa keempat faktor bauran pemasaran (produk, harga, distribusi, dan promosi) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Mie Sedaap dan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Mie Sedaap adalah faktor promosi. Berdasarkan Z score yang terbentuk didapatkan kecenderungan perilaku konsumen yang lebih banyak jarang membeli dalam keputusan pembeliannya di masa yang akan datang. Hal ini dikarenakan banyaknya konsumen masih lebih mengenal merek mie instan lain seperti Indomie dan ketersediaan yang belum merata sampai ke warung-warung kecil.

Date Create : 06/12/2014

Type : Text

Format : Pdf

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-undergraduate_200811118

Collection : undergraduate_200811118

Source : Undergraduate these economy of faculty

Relation Collection Universitas Esa Unggul

COverage : Sivitas 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