

SUMMARY

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN PELEMBUT PAKAIAN MEREK MOLTO PT. UNILEVER

Created by KIKI KURNIAWATY

Subject : PT. UNILEVER

Subject Alt : KEPUTUSAN KONSUMEN

Keyword : FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN

Description :

Perkembangan perekonomian nasional dewasa ini mendorong perkembangan industry – industry di Indonesia, apalagi dalam masa sekarang ini perekonomian memasuki era globalisasi, hal ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan.

PT Unilever adalah induk dari berbagai macam produk, dengan perkembangan perekonomian dan peluang serta melihat kebutuhan masyarakat perusahaan ini meluncurkan produk pelembut pakaian dengan merk” MOLTO”

Kebutuhan akan pakaian yang bukan hanya bersih melainkan lembut juga harum. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor apa saja yang menentukan keputusan konsumen dalam pembelian produk pakaian merek molto.

Metode yang digunakan adalah Analisis Faktor yaitu Mengelompokkan pertanyaan – pertanyaan yang ada yang ada di dalam kuesioner menjadi beberapa dimensi, bisa menjadi empat seperti bauran pemasaran atau lebih. dalam penelitian ini menghasilkan 7 Dimensi antara lain Keistimewaan, Keunggulan, Harga, Tempat, Promosi, Iklan, dan Hadiah. Yang paling dominan adalah dimensi keistimewaan

Date Create : 04/02/2015

Type : Text

Format : pdf

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-undergraduate_2007-11-038

Collection : undergraduate_2007-11-038

Source : Undergraduate these economy of faculty

Relation Collection Universitas Esa Unggul

COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : COPYRIGHT2015@ESAUNGGULLIBRARY

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