

SUMMARY

PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEVISI SAMSUNG

Created by ELIS SETIAWATI

Subject : PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEVISI SAMSUNG

Subject Alt : PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEVISI SAMSUNG

Keyword : harga, citra merek, keputusan pembelian

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian Televisi Samsung. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas harga dan citra merek, sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan Televisi Samsung Di Perumahan Villa Grand Tomang Zona Riviera Tangerang. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki nilai signifikan sebesar 0,105 ($>0,05$) dan citra merek memiliki nilai signifikan sebesar 0,044 ($<0,05$), sehingga harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, selain itu hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan citra merek secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai signifikannya sebesar 0,007 ($<0,05$).

Date Create : 10/03/2015

Type : Text

Format : pdf

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-2011-11-125

Collection : 2011-11-125

Source : Undergraduate these economi of faculty

Relation Collection Universitas Esa Unggul

COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : copyright@2015 esa unggul

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