

SUMMARY

PENGARUH BRAND IMAGE (CITRA MEREK) SABUN MANDI LUX TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Created by Febiana Sarah Ristiantie

Subject : PENGARUH BRAND IMAGE (CITRA MEREK) SABUN MANDI LUX TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Subject Alt : PENGARUH BRAND IMAGE (CITRA MEREK) SABUN MANDI LUX TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

Keyword : : Citra Merek, Kekuatan Asosiasi Merek, Keunggulan Asosiasi Merek, Keunikan Asosiasi Merek, Loyalitas

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek sabun mandi Lux terhadap loyalitas pelanggan. Variabel independen terdiri atas citra merek (kekuatan asosiasi merek, keunggulan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek) sedangkan variabel dependennya adalah loyalitas.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 105 orang responden. Responden penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan sabun mandi Lux. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan asosiasi merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas, keunggulan asosiasi merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas, dan keunikan asosiasi merek tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas. Selain itu hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama kekuatan asosiasi merek, keunggulan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas.

Date Create : 12/03/2015

Type : Text

Format : pdf

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-2011-11-195

Collection : 2011-11-195

Source : Undergraduate these economi of faculty

Relation Collection Universitas Esa Unggul

COverage : Civitas Academika 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