

SUMMARY

PENGARUH SIKAP TERHADAP FREE TRIAL DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP INTENSI MENDAFTAR DENGAN MODERASI BRAND IMAGE (dengan pendekatan induktif studi kasus D'Chava Montessori)

Created by DEWI ANGGRAENI

Subject : SIKAP, DISKON, INTENSI, MODERASI BRAND IMAGE

Subject Alt : ATTITUDE, DISCOUNT, INTENTION, MODERATION BRAND IMAGE

Keyword : free trial; price discount; brand image; intensi

Description :

Pertumbuhan pendidikan paud saat ini untuk para orang tua adalah pilihan utama untuk menyekolahkan anaknya, tawaran yang sangat kompetitif Paud seperti sekolah umum, sekolah agama dan sekolah montessori. Sekolah montessori saat ini menjadi sekolah yang diminati namun pada kenyataannya untuk daerah Kelapa Dua Tangerang intensi mendaftar cukup rendah berbanding terbalik dengan area daerah pasar lainnya, ada persepsi yang salah dengan brand sekolah montessori sebagian besar menganggap montessori sebuah sekolah agama non muslim, diperlukan sosialisasi dengan strategi promosi free trial, price discount untuk menaikkan intensi mendaftar. Tujuan dari penelitian ini menganalisa apakah sikap calon orang tua murid terhadap free trial dan price discount, apakah mempengaruhi intensi mendaftarnya dan apakah sebuah brand image sekolah dapat mendukung strategi promosi tersebut. Metode analisis data dalam penelitian menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh sikap terhadap free trial terhadap intensi mendaftar, sedangkan sikap terhadap price discount tidak mempengaruhi intensi mendaftar, tidak terdapat pengaruh moderasi sikap brand image terhadap hubungan sikap terhadap free trial dan price discount terhadap intensi mendaftar. Price discount yang ditawarkan pada suatu sekolah tidak dapat menjamin kualitas dari sekolah tersebut, akan tetapi citra sekolah yang bagus akan menjadi faktor utama untuk memilih sekolah dengan sosialisasi sekolah melalui free trial. Semakin tinggi penggunaan free trial sebagai alat promosi pendaftaran maka intensi mendaftarnya juga akan semakin tinggi, trial memberikan contoh jasa tanpa dikenakan biaya apapun sehingga mereka dapat merasakan dan mencoba jasa yang diberikan secara langsung tanpa biaya dan dapat melakukan action (mendaftar) jasa pada waktu dekat dan perlu dilakukan untuk pangsa pasar menengah kebawah.

Kata Kunci: Free Trial, Price Discount, Brand Image, Intensiww

Date Create : 30/11/2015

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Master-201301045

Collection : 201301045

Source : Magister Theses of Management

Relation Collection Fakultas Ekonomi

COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : @2015 Perpustakaan Universitas 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