

SUMMARY

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP INTENSI PEMBELIAN MELALUI CITRA MEREK PADA MODEM BOLT (Studi Kasus pada Beberapa Universitas di Jakarta Barat)

Created by ENDANG SETIYOWATI

Subject : PEMASARAN, MEREK, MODEM
Subject Alt : MARKETING, BRAND, MODEM
Keyword : bauran pemasaran; citra merek; intensi pembelian

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap citra merek, untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap intensi pembelian modem bolt, dan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap intensi pembelian melalui citra merek modem bolt. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen modem bolt yang pernah membeli dan menggunakan modem bolt di wilayah Universitas Esa Unggul, Universitas Ukrida, Universitas Mercu Buana, Universitas Trisakti, dan Universitas Tarumanegara Jakarta Barat. Sampel diambil dengan menggunakan teknik Purposive Sampling. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah Path Analysis (analisis jalur) untuk mengetahui pengaruh secara langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap variabel citra merek, variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap intensi pembelian, dan citra merek merupakan variabel intervening antara variabel bauran pemasaran terhadap intensi pembelian modem bolt.

Date Create : 18/03/2016
Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-201211113
Collection : 201211113
Call Number : 11-2016-S001
Source : Undergraduate Theses of Management
Relation Collection : Fakultas Ekonomi
COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : @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