

SUMMARY

ANALISA PENGARUH BRAND IDENTITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST PADA TEH BOTOL SOSRO (Studi Kasus pada Konsumen Teh Botol Sosro di Pasar Baru, Tangerang)

Created by HELMI OKI WULANDARI

Subject : IDENTITAS, KEPERCAYAAN, LOYALITAS
Subject Alt : IDENTITY, TRUST, LOYALTY
Keyword : identitas merek; citra merek; kepercayaan merek; loyalitas merek

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Identitas Merek dan Citra Merek terhadap Loyalitas Merek melalui Kepercayaan Merek pada Teh Botol Sosro. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Identitas Merek, sedangkan variabel intervening adalah Citra Merek dan Kepercayaan Merek dan variabel dependen adalah Loyalitas Merek. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), dan rancangan cross sectional study yang bersifat kuantitatif. Dimana pada penelitian ini, digunakan kuesioner dengan menggunakan alat ukur yang dirancang berdasarkan skala Likert. Data yang diperoleh kemudian akan di uji validitas dan reliabilitasnya sebelum diolah lebih lanjut dengan menggunakan analisis structural equation modeling (SEM). Hasil dari penelitian ini yaitu terdapatnya pengaruh identitas merek terhadap citra merek, terdapatnya pengaruh identitas merek terhadap kepercayaan merek, tidak terdapatnya pengaruh citra merek terhadap kepercayaan merek dan hasil hipotesis yang keempat mempunyai pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek.

Date Create : 30/03/2016
Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-201211027
Collection : 201211027
Call Number : 11-2016-S008
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