

SUMMARY

PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KELURAHAN PAGEDANGAN, TANGERANG YANG MEMBELI AIR MINUM DALAM KEMASAN GALON MEREK AQUA)

Created by OKA PAJAR SAKTI

Subject : MEREK, KEPUASAN, LOYALITAS
Subject Alt : BRAND, SATISFACTION, LOYALTY
Keyword : brand image;kepuasan konsumen;loyalitas konsumen

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen air minum dalam kemasan galon aqua di kelurahan Pagedangan. Brand Image menjadi variabel independen dan loyalitas konsumen sebagai dependen dan kepuasan konsumen sebagai intervenig. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan metode quota sampling sebanyak 100 responden. Metode analisis data dalam penelitian menggunakan metode analisis jalur (path). Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image Aqua berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen memiliki pengaruh positif namun hasil tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Brand image mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen air minum dalam kemasan galon Aqua di kelurahan pagedangan. Hal ini sesuai dengan kondisi sebenarnya bahwa konsumen tertarik untuk membeli air minum dalam kemasan Galon Aqua karena brand image Aqua, sehingga menjadikan konsumen puas dan loyal terhadap air minum dalam kemasan galon Aqua.

Date Create : 21/04/2016
Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-201211110
Collection : 201211110
Call Number : 11-2016-S069
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