

SUMMARY

PENGARUH IDENTITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK MELALUI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK NISSAN

Created by RIDO MARSELINO

Subject : IDENTITAS, MEREK, KEPERCAYAAN

Subject Alt : IDENTITY, BRAND, TRUST

Keyword : identitas merek;citra merek;kepercayaan merek;loyalitas merek;sem

Description :

Kebutuhan konsumen akan kendaraan meningkat. Ini memicu setiap perusahaan mobil untuk menciptakan identitas merek yang hebat untuk mendapatkan kepercayaan merek dari konsumen. Persepsi merek dari konsumen berpengaruh untuk mendapatkan kepercayaan merek yang berdampak pada loyalitas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh identitas merek terhadap loyalitas merek dengan citra merek dan kepercayaan merek sebagai variabel antara. Sampel dalam penelitian ini ada 140 responden yang telah membeli atau menggunakan Nissan, perolehan sampel didapat dari teori Hair et al., (1998) yaitu 5 x jumlah indikator yang ada. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka. Merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran.

Penelitian ini menggunakan metode SEM dengan memperoleh hasil bahwa pertama identitas merek mempengaruhi citra merek. Kedua, identitas merek dan citra merek mempengaruhi kepercayaan merek. Ketiga, kepercayaan merek dan citra merek mempengaruhi loyalitas merek.

Date Create : 16/05/2016

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-201111311

Collection : 201111311

Call Number : 11-2016-S035

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