

SUMMARY

ANALISIS PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN SARIMI

Created by RENDI AGUSTIO

Subject : SELEBRITI, ONLINE, PEMBELIAN
Subject Alt : CELEBRITY, ONLINE, PURCHASE
Keyword : celebrity endorser;iklan;keputusan pembelian

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh celebrity endorser dan iklan terhadap keputusan pembelian mie instan Sarimi. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari celebrity endorser dan iklan, sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah metode purposive sampling dengan jumlah sampel yang diperlukan 95 responden yang berasal dari 19 pernyataan kuesioner. Responden penelitian ini adalah responden yang pernah membeli dan menonton iklan mie instan Sarimi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa celebrity endorser dan iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mie instan Sarimi.

Kata Kunci: Celebrity Endorser, Iklan dan Keputusan Pembelian

Contributor : Ari Anggarani W.P.T,SE,MM
Date Create : 24/11/2016
Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-201211023
Collection : 201211023
Call Number : 11-2016-S148
Source : Undergraduate Theses of Management
Relation Collection : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
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