

SUMMARY

PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP NIAT BELI DAN KESEDIAAN KONSUMEN MEMBAYAR HARGA PREMIUM PADA RTD JUS DI INDONESIA

Created by ARIESTA BOUGENVILE

Subject : brand equity, niat beli, kesediaan konsumen, harga premium
Subject Alt : brand equity, purchase intentions, the willingness of consumers, premium price
Keyword : Brand Equity, Awareness, Perceived Quality, Association, Loyalty, Purchase Intention, Willingness Premium Price

Description :

Membangun ekuitas merek menjadi sumber penting dari diferensiasi. perusahaan perlu untuk meningkatkan persaingan, karena ekuitas merek sangat penting untuk memperkuat reputasi perusahaan. Namun, hanya ada beberapa studi tentang nilai minuman dari sudut pandang konsumen. Dan sebagian besar penelitian telah difokuskan pada variabel bauran pemasaran yang mempengaruhi konsumen, seperti harga, komunikasi, distribusi atau iklan. Kesesuaian dengan masalah ini, penelitian memiliki dua tujuan, tujuan pertama adalah pikiran konsumen pemahaman melalui ekuitas merek dalam pembelian produk dan kesediaan untuk membayar harga premium. Yang kedua adalah bagaimana strategi yang harus dilakukan oleh pendatang baru di kategori jus RTD. Berdasarkan sampel dari 330 konsumen, Structural Equation Modeling (SEM) digunakan untuk menguji hipotesis. Penelitian menunjukkan bahwa loyalitas merek jus RTD adalah dimensi yang paling penting untuk membangun ekuitas merek. Selain itu, efek positif yang signifikan ditemukan untuk kesadaran merek dan asosiasi. Sementara itu, dukungan yang lemah ditemukan untuk dimensi kualitas yang dirasakan. dukungan empiris untuk efek dampak ekuitas merek RTD jus pada niat beli konsumen dan kesediaan untuk membayar harga premium. Penelitian ini membawa implikasi yang relevan kepada manajer produksi jus RTD yang harus mempertimbangkan kepentingan relatif dari dimensi ekuitas merek dalam evaluasi ekuitas merek mereka secara keseluruhan dalam menciptakan niat beli konsumen dan kesediaan untuk membayar harga premium.

Contributor : Endang Ruswanti
Date Create : 01/03/2017
Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Master-201401065
Collection : 201401065
Source : Master theses of Management
Relation Collection Fakultas Ekonomi dan Bisnis
COverage : Civitas Akademi 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