

SUMMARY

PENGARUH PENGETAHUAN PELANGGAN, DESAIN PRODUK DAN DUKUNGAN SELEBRITI TERHADAP NIAT BELI YANG DIMEDIASI OLEH PERSEPSI NILAI

Created by Amira Anisa Putri

Subject : pengetahuan pelanggan, desain produk, dukungan selebriti, persepsi nilai
Subject Alt : customer knowledge, product design, celebrity endorsements, perceived value
Keyword : pengetahuan pelanggan, desain produk, dukungan selebriti, persepsi nilai, niat beli, SEM

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti penerahuan pelanggan, desain produk, dan dukungan selebriti terhadap niat beli yang dimediasi oleh persepsi nilai. Sampel penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan sampo Sunsilk di area Jakarta Barat. Sampel dalam penelitian ini ada 105 responden, perolehan sampel didapat dari teori Hair et al., (1988) 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 pengetahuan pelanggan berpengaruh terhadap persepsi nilai, desain produk berpengaruh terhadap persepsi nilai, dukungan selebriti tidak berpengaruh terhadap persepsi nilai, persepsi nilai berpengaruh terhadap niat beli, pengetahuan pelanggan berpengaruh terhadap niat beli, desain produk berpengaruh terhadap niat beli, dan dukungan selebriti berpengaruh terhadap niat beli.

Contributor : Tantri Yanuar
Date Create : 13/03/2017
Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-201211236
Collection : 201211236
Source : Undergraduate 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