

SUMMARY

ANALISIS PENGARUH PERSONAL SELLING, PROMOSI PENJUALAN, CITRA MERK, DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIA HIJAB DI MEDIA SOSIAL.

Created by TRI SUBEKTI

Subject : personal selling, promosi penjualan, citra merk, celebrity endoser dan keputusan pembelian.

Subject Alt : sales promotion, brand image, celebrity endorser and purchasing decisions.

Keyword : personal selling, promosi penjualan, citra merk, celebrity endoser dan keputusan pembelian.

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh personal selling, promosi penjualan, citra merk dan celebrity endoser terhadap keputusan pembelian Kaia Hijab di media sosial. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari personal selling, promosi penjualan, citra merk dan celebrity endoser sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah metode quota sampel, dengan jumlah sampel yang diperlukan sebanyak 100 responden yang berasal dari penyebaran 30 pernyataan kuesioner. Responden penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan produk Kaia Hijab. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, promosi penjualan, citra merk dan celebrity endoser memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Personal selling tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kaia Hijab di media sosial.

Contributor : Dihin Septyanto

Date Create : 25/03/2017

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-201311317

Collection : 201311317

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