

Pengaruh asosiasi merek terhadap respon konsumen pada koran sindo di wilayah Jakarta Timur = The effect of brand association on consumer respon at sindo newspaper in East Jakarta

Anggita Chairunnisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20345800&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas pengaruh yang diberikan oleh asosiasi merek terhadap respon konsumen setelah melakukan pembelian pada koran SINDO. Dimensi pengukuran pada asosiasi merek berasal dari fungsi merek yaitu garansi, identifikasi pribadi dan identifikasi sosial untuk diukur pengaruhnya terhadap respon konsumen dalam merekomendasikan merek kepada orang lain dan kesediaan menerima perluasan merek. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh yang diberikan oleh asosiasi merek terhadap respon konsumen. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Pada penelitian ini asosiasi merek konsumen pada koran SINDO berpengaruh sebesar 37.5% terhadap respon konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa asosiasi merek berpengaruh signifikan terhadap respon konsumen pada Koran SINDO di Wilayah Jakarta Timur.

.....

This thesis discusses about the effect of brand associations on consumer response after making a purchase at SINDO newspaper. Dimensions of measurement used in the brand association comes from the brand function warranty, personal identification, and social identification what will measures effects on consumer response in recommending the brand to others and a willingness to accept the brand extension.

The purpose of this research is to show the effect of brand association on consumer respon. This research is quantitative research with explanatory type of research. This study suggests that consumers associate of the SINDO newspaper brand influence the consumer response for 37.5%. The results showed that the brand association of SINDO newspaper affect consumer response significantly.