

Analisis pengaruh marketing mix elements pada brand equity (studi kasus pada merek dian pelangi) = Influence analysis of marketing mix elements on brand equity case study on dian pelangi brand

Tantri Kuswantiningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20365233&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam tesis ini, dilakukan pengujian terhadap elemen bauran pemasaran yang dilakukan oleh Dian Pelangi sebagai merek pakaian muslim (hijab fesyen) terhadap ekuitas merek. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis elemen bauran pemasaran yang mempengaruhi pembentukan ekuitas merek melalui dimensi-dimensi pembentuk ekuitas merek. Metode penentuan sampel yang digunakan non-probability sampling dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik convenience sampling pada wanita muda baik mahasiswi maupun yang sudah bekerja dan menggunakan hijab. Teknik pengolahan data menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan aplikasi program LISREL 8.7. Hasil penelitian menunjukkan dari 330 responden ditemukan bahwa produk, distribusi, dan promosi berpengaruh positif terhadap pembentukan ekuitas merek, sedangkan harga tidak akan mempengaruhi persepsi kualitas target pasar Dian Pelangi.

.....This thesis examined elements of the marketing mix which is done by Dian Pelangi as a brand of Muslim clothing (hijab fashion) on brand equity. This study aims to analyze the elements of the marketing mix affects as the formation of brand equity through dimensions of brand equity. Sampling methods is non-probability sampling with techniques of data collection using convenience sampling technique on both university students and young women who are already working and using hijab. Data analysis techniques is using Structural Equation Model (SEM) with LISREL 8.7 as an application program. The results showed that out of 330 respondents found the product, distribution, and promotion have positive influence on the formation of brand equity, while price will not affect the perceived quality of the target market Dian Pelangi.