

## Analisis pengaruh brand awareness dan brand image terhadap perilaku pembelian konsumen shampoo l'oreal di Carrefour Ambassador

Hamonangan, Daniel, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20368789&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa bagaimana brand awareness dan brand image mempengaruhi perilaku pembelian konsumen shampoo L'Oreal. Pada penelitian ini menggunakan program SPSS untuk menguji validitas, reabilitas, dan uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, korelasi). Sedangkan untuk uji asumsi klasik lainnya yaitu uji heterokedastisitas menggunakan program Eviews. Dan untuk uji regresi menggunakan dua program tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan brand awareness dan brand image mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap perilaku pembelian konsumen sama halnya seperti pada hasil penelitian sebelumnya.

Penelitian ini juga merekomendasikan penelitian lebih lanjut mengenai perilaku pembelian kembali atas suatu merek.

.....

The purpose of this study is to analyze how brand awareness and brand image influence consumer buying behavior L'Oreal shampoo. In this study using SPSS to test the validity, reliability and classical assumption (normality, multicollinearity, correlation). As for other classical assumption that heterokedastisitas test using Eviews program And for regression testing using the two programs

The results showed brand awareness and brand image have a significant and positive influence on consumer buying behavior as well as the results of previous studies. The study also recommends further research into the behavior repurchase of a brand.