

Intergenerational communication, country of origin dan word of mouth untuk memprediksi ekuitas merek

Keni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20497981&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh komunikasi intergenerasi, country of origin dan word of mouth terhadap ekuitas merek. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna ponsel pintar di Indonesia. Proses pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 konsumen ponsel pintar di Jakarta dengan teknik sampling non probabilitas berupa convenience sampling. Setelah data dikumpulkan, data kemudian dianalisis dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh hasil bahwa komunikasi intergenerasi, country of origin and word of mouth memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap ekuitas merek.