

Pengaruh brand image terhadap minat beli konsumen : studi pada maskapai penerbangan Lion Air sebagai low cost carrier = The influence of brand image toward purchase intention : study on Lion Airlines as a low cost carrier

Afianka Maunaza, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20308440&lokasi=lokal>

Abstrak

Layanan Low cost carrier telah membentuk kembali lingkungan industri penerbangan yang kompetitif dalam liberalisasi pasar persaingan dan telah membuat dampak yang signifikan di dalam pasar penumpang, yang sebelumnya telah sebagian besar dikuasai oleh layanan Full Service. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen yang dikaitkan dengan layanan LCC. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 masyarakat umum dengan analisa eksplanatif dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Citra merek mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 33.1% dan sisanya sebesar 66.9% dipengaruhi oleh faktor lain.Low cost carriers have reshaped the airline industry competitive environment within liberalised markets and have made significant impacts in the world's domestic passenger markets, which had previously been largely controlled by full service network carriers. LCC services in this study would be associated with the brand image that affects purchase intention. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to 100 general society with explanative analysis and simple linear regression. The results showed that brand image has a significant positive effect toward purchase intention. Brand image effect purchase intention equal to 33.1% and the residue equal to 66.9% influenced by other factors.