

Pengaruh perluasan merek terhadap minat konsumen : studi pada pepsodent mouthwash = The influence of brand extension toward purchase intention : study on pepsodent mouthwash

Suci Rahmadhany, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20317875&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana pengaruh perluasan merek terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen yang menggunakan pasta gigi Pepsodent dan telah mengetahui perluasan merek Pepsodent pada produk Pepsodent Mouthwash namun belum menggunakannya. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa perluasan merek memiliki pengaruh terhadap minat beli. Perluasan merek memiliki hubungan terhadap minat beli konsumen sebesar 69,7% dan sisanya sebesar 30,3% dipengaruhi faktor lain.

.....The objective of this research is to analyze how the effect of brand extension toward purchase intention. This research applied quantitative approach. The sample of this research is 100 consumers who use Pepsodent toothpaste and have known a Pepsodent Mouthwash products but have not used it. The result of this research indicate that brand extension have a very strong effect toward purchase intention. Brand extension effect purchase intention equal to 69,7% and the residue equal to 30,3% effected by some other factor.