

Analisis brand image kerastase di benak konsumen salon kelas A = Analysis brand image kerastase in consumer mind salon class A

Lina Hartati Ningsih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20321790&lokasi=lokal>

Abstrak

Pengguna produk Kerastase semakin banyak di Indonesia, khususnya di kota Jakarta. Dengan berbagai macam produk yang tersedia menjadikan Kerastase sebagai produk hair treatment yang paling unik dan berbeda dibandingkan produk lainnya. Skripsi ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana citra merek Kerastase di benak konsumen salon kelas A. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana bermula dari teori tentang citra merek. Analisis dilakukan dengan statistik deskriptif, dengan mencari rata-rata dari setiap indikator.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa citra merek Kerastase unik dan memiliki pelayanan yang berbeda dibandingkan produk lainnya. Penelitian ini menyarankan agar Kerastase lebih meningkatkan sarana salon untuk menunjang pelayanan dan kenyamanan bagi konsumen.

Kerastase user is getting a numerous in Indonesia, especially in Jakarta. With a wide range of products available makes Kerastase hair treatment as the most unique and different than other products. This research is quantitative interpretive that begins from brand image. Data was analyzed with descriptive statistic, by searching mean and mode of each indicator.

The results of this study is that the unique of brand image and Kerastase has a different service than other products. This researcher suggests that further enhance Kerastase salon facilities to support the service and convenience for consumers.