

Analisis asosiasi merek dan keputusan pembelian konsumen iphone studi pada mahasiswa fisip ui = Analysis of brand association and purchase decision of iphone consumers study of fisip ui's student

Dewi Melani Setyaningrum, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20347189&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis asosiasi merek dan keputusan pembelian konsumen iPhone. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 162 mahasiswa I FISIP UI pengguna iPhone. Dengan menggunakan metode non probability sampling serta teknik purposive. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa merek iPhone dinilai memiliki asosiasi di benak konsumennya dan dimensi asosiasi merek merupakan salah satu faktor yang melatar belakangi keputusan pembelian konsumen iPhone.

The objective of this research is to analyze the brand association and the consumer purchase decision of iPhone. This research applied quantitative approach. The samples of this research is 162 students of FISIP UI that were iPhone users collected using non probability sampling and purposive technique. This research used questionnaire as research instrument and analyzed with descriptive statistical analysis. The results of this research indicate that the iPhone's brand associations has embedded in the minds of consumers and the dimensions of brand association is one of the background factors of consumer's purchasing decision of iPhone.