

Pengaruh strategi integrated marketing communication (IMC) terhadap brand knowledge (studi pada produk nutrisari W'dank) = The influence of integrated marketing communication strategies toward consumers brand knowledge study of nutrisari W'dank product

Ulfahruri Rosdiana Allorhogesti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20388783&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh strategi integrated marketing communication (IMC) terhadap brand knowledge. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan responden adalah ibu rumah tangga yang berjumlah 114 orang. Metode analisa data dilakukan dengan analisa statistik deskriptif dan regresi linier untuk membuktikan hipotesa dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan strategi IMC berpengaruh terhadap pembentukan brand knowledge (brand awareness dan brand image). Dan dari strategi IMC yang digunakan oleh Nutrisari W'dank, personal selling merupakan dimensi IMC yang mempunyai pengaruh kuat dalam pembentukan brand awareness, dan sales promotion menjadi dimensi yang memiliki pengaruh besar dalam pembentukan brand image. Sedangkan e-marketing menjadi dimensi IMC yang tidak memiliki pengaruh dalam pembentukan brand awareness dan brand image.

<hr>

This thesis discusses about the influence of Integrated Marketing Communication strategies toward consumer's brand knowledge. This research use quantitative explanatory design. Respondents are 114 housewife's. This thesis used descriptive statistical analysis and linier regression to prove hypothesis in this research. The finding result of this study shows that IMC strategies have significant influence toward consumer's brand knowledge (brand awareness and brand image), personal selling is the dimension that have strong influence on forming brand awareness, sales promotion is the dimension that have strong influence on forming brand image, e-marketing is the the dimension that have no influence at all on forming both brand awareness and brand image.