

Pengaruh citra merek terhadap minat beli ulang mahasiswa Universitas Indonesia Depok terhadap smartphone Samsung = The influence of brand image toward repurchase intention on the students of University of Indonesia toward Samsung smartphone

M. Alimardi Hubeis, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20411586&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh citra merek Samsung terhadap minat beli ulang, pada mahasiswa Universitas Indonesia Depok. Hal tersebut dilakukan karena pada zaman modern ini, sudah banyak jumlah produsen smartphone yang menawarkan produk dengan manfaat yang serupa, hal tersebut menyebabkan para produsen harus bersaing melalui citra merek mereka masing-masing. Dalam penelitian, akan dilakukan pengukuran pada citra merek Samsung dan pengaruhnya terhadap minat beli ulang pelanggan mereka.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 100 orang, yang merupakan mahasiswa Universitas Indonesia, Depok, yang memiliki smartphone Samsung. Penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling serta teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian, dan hasilnya dianalisa menggunakan regresi linear. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa citra merek memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat beli ulang.

.....The purpose of this study was to analyze the influence of the Samsung brand image on repurchase intention on the students of the University of Indonesia, Depok. In this modern era, many number of smartphone manufacturers offer products with similar benefits, it causes the producers to compete through their brand image respectively. This study will measure Samsung's brand image and its impact on the repurchase intention of their customers.

This study uses a quantitative approach. The sample in this research were as much as 100 People who are students of the University of Indonesia, Depok, whose has own a Samsung smartphone. This study used a non-probability sampling and purposive sampling technique. This study used a questionnaire as a research instrument, and the results were analyzed using linear regression. The results obtained from this study is that the brand image has a strong influence on repurchase intention.