

Pengaruh brand image terhadap repurchase intention pada Lazada Indonesia = The effect of brand image towards repurchase intention on Lazada Indonesia

Kuntodi Ambartomo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20431657&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh brand image terhadap repurchase intention pada Lazada Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana data dan informasi dikumpulkan melalui survei dengan alat bantu kuesioner serta studi kepustakaan. Sampel dalam penelitian adalah 100 orang yang pernah melakukan pembelian di Lazada Indonesia, yang diambil dengan menggunakan teknik non-probability dengan purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis bivariat dengan menggunakan regresi linier sederhana, yang dilengkapi dengan grafik efek moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image mempunyai pengaruh terhadap repurchase intention.

<hr>This study aims to examine the effect of brand image towards repurchase intention on Lazada Indonesia. This research uses a quantitative approach, in which data and information were collected through surveys with the tools of questionnaire and bibliographical studies. Samples are 100 people who have shopped in Lazada Indonesia, which is taken by using non-probability purposive sampling. Data analysis technique used is a bivariate analysis using simple linear regression, incorporating graphics moderating effect. The results showed that the brand image have effect on repurchase intention.