

The effects of brand image, price, product features, and social influence towards purchase intention of sneaker shoes in Jabodetabek = Pengaruh citra merek, harga, fitur produk, dan pengaruh sosial terhadap niat beli sepatu sneakers di daerah Jabodetabek

Georgeus Geraldo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20444774&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen terhadap sepatu sneakers di daerah Jabodetabek dengan cara menganalisa factor yang disebutkan diatas, yakni citra merek, harga, fitur produk dan pengaruh social. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan Multiple Linear Regression, atau Regresi Linear Berganda, dengan bantuan alat pengolah data statistik SPSS versi 21. Hasil temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan pengaruh social memengaruhi niat beli konsumen secara positif. Sedangkan harga dan fitur produk . mempengaruhi niat beli konsumen secara negative. Variable-variabel yang disebutkan pada penelitian ini hanya dapat menjelaskan tentang niat beli konsumen sebesar 37.2%. Sedangkan, 62.4% dari variable niat beli konsumen dapat dijelaskan oleh variable-variabel lain yang tidak diikutsertakan pada penelitian ini.

ABSTRACT

The focus of this research is to examine the factors that influence the purchase intention of sneakers in Jabodetabek by analyzing several factors namely brand image, price, product features, and social influence.. The hypotheses are tested using Multiple Linear Regression in SPSS version 21.0. The research found that both brand image and social influence positively affecting the consumers' purchase intention; while price and product features are negatively affecting the consumers' purchase intention. The variables mentioned in this research are only explained 37.2% of the purchase intention. While the rest 62.4% are explainable by another variables those are not included in this research.