

Pengaruh offline store image dan online store image terhadap purchase intention: studi pada private label brand Berrybenka = The influence of offline store image and online store image towards purchase intention: study in private label brand Berrybenka

Dea Elodia Erdawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20457379&lokasi=lokal>

Abstrak

Menumbuhkan minat pembelian konsumen dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan meningkatkan citra dari toko, baik toko offline maupun online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh offline store image dan online store image terhadap purchase intention produk private label brand Berrybenka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden menggunakan teknik non-probability sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari offline store image dan online store image terhadap purchase intention pada produk private label brand Berrybenka.

.....Growing consumer purchase intention can be done in various ways, one of which is by improving the store image, both offline and online. The purpose of this research is to analyze the influence of offline store image and online store image towards purchase intention of private label product Berrybenka brand. This research using quantitative approach by spreading questionnaires to 100 respondents using non probability sampling technique. The results showed that there is a significant influence from offline store image and online store image to purchase intention on private label product Berrybenka brand.