

Analisis citra merek action camera gopro: studi pada mahasiswa Universitas Indonesia = Brand image analysis of gopro action camera: study of Universitas Indonesia's student

Mahardika Prima Nugraha, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20458987&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap suatu merek. Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh bagaimana konsumen menilai produk tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis citra merek pada suatu merek action camera. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen action camera GoPro di Universitas Indonesia, Depok, Jawa Barat dengan menggunakan metode non-probability sampling serta teknik purposive. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek GoPro baik.

ABSTRACT

Brand image is a representation of the overall perception of the brand and is shaped from the past information and experience of a brand. The consumer's decision to make a purchase of a product is strongly influenced by how consumers see and value the product. The objective of this research is to analyze the brand image of one of action camera brand. This research used quantitative approach. The sample of this research was 100 users of GoPro action camera at Universitas Indonesia, Depok, East Java by using non probability sampling and purposive technique. The instrument of this research used questionnaire and analyzed by using statistic descriptive analysis. The result of this research shows that GoPro's brand image is good.