

ABSTRAKSI

Khairanisa Nindyasari, 13216885

“PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ES KRIM AICE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS GUNADARMA KAMPUS KALIMALANG TAHUN 2016)”

PI. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2019

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

(xii + 50 + Lampiran)

Pada zaman modern ini, banyak sekali minuman olahan yang terbuat dari susu, salah satunya adalah es krim. Berbagai merek es krim dari perusahaan yang berbeda dapat dengan mudah kita jumpai di pasar sehingga semakin banyak pula alternatif pilihan es krim untuk di konsumsi konsumen. Semakin meningkatnya persaingan di antara merek-merek es krim yang telah beroperasi di pasar, menyebabkan hanya merek es krim yang memiliki citra merek kuat saja yang akan tetap mampu bersaing, merebut dan menguasai pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk baik secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian pada es krim AICE (Studi kasus pada Mahasiswa Universitas Gunadarma Kampus Kalimantan Tahun 2016). Data yang digunakan adalah data primer.

Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial maka dapat disimpulkan variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada es krim Aice sedangkan variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian es krim Aice pada mahasiswa Universitas Gunadarma Kampus Kalimantan, sedangkan secara simultan variabel citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian es krim Aice

Daftar Pustaka (2000 - 2013)