

PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI “SABUN LIFEBUOY”

(Survey Pada Masyarakat Depok Sleman)

HAND ARDHIAN WIBISONO

NPM : 141090271

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan, citra merek dan kepercayaan merek terhadap minat beli sabun mandi lifebuoy (survey terhadap masyarakat di Depok Sleman). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Depok Sleman Yogyakarta. Sedangkan sampel yang digunakan adalah sebanyak 130 responden, metode yang digunakan yaitu purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan, citra merek dan kepercayaan merek sangat mempengaruhi minat beli.

Kata Kunci : Pengaruh Iklan, Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Minat Beli