

ABSTRAK

AND 1 adalah perusahaan yang bergerak pada bidang pembuatan perlengkapan basket. Selain mampu membantu para konsumen dan calon konsumennya untuk mengaktualisasikan apa yang diinginkan melalui berbagai macam Produk sepatu basket, AND 1 juga mampu untuk memberikan design dengan kualitas yang terbaik. Dengan semakin berkembangnya perusahaan sport apparel atau perlengkapan olahraga, maka AND 1 harus semakin jeli dalam menarik minat konsumen dengan cara mengetahui apa yang mempengaruhi keputusan pembelian pada kosnumen.

Pada penelitian ini penulis ingin mengetahui pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Brand Personality. Pengambilan obyek dalam penelitian ini yaitu pada AND 1 Shop Tunjungan Plaza 4 Lt.3 Surabaya. Sedangkan untuk perhitungannya menggunakan alat bantu komputer program SPSS for windows versi 14.00.

Berdasarkan hasil perhitungan Uji F menunjukkan adanya pengaruh secara bersamaan antara variabel bebas dengan variabel terikat, terbukti dengan diperoleh F hitung (50.430) > F tabel. (2.75). Berarti ada pengaruh serempak antara variabel Brand image (X1), Brand trust (X2), Brand personality (X3) dalam keputusan pembelian (Y).

Secara parsial variabel Brand image (X1) tidak berpengaruh secara nyata terhadap keputusan pembelian produk sepatu basket AND 1. Hal ini diketahui berdasarkan uji t yang menunjukkan nilai t hitung (0.286) variabel Brand image lebih kecil dari nilai t tabel (1.997). Dengan kata lain tidak ada pengaruh secara signifikan dari variabel Brand image (X1) dalam keputusan pembelian (Y).

Secara parsial variabel Brand trust (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu basket AND 1. Hal ini diketahui berdasarkan Uji t yang menunjukkan nilai t hitung (3.808) variabel motivasi lebih besar dari nilai t tabel (1.997). Dengan kata lain ada pengaruh secara signifikan dari variabel Brand trust (X2) dalam keputusan pembelian (Y).

Secara Parsial variabel Brand personality (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu basket AND 1. Hal ini diketahui berdasarkan Uji t yang menunjukkan nilai -t hitung (-0.204) variabel Brand personality lebih besar dari nilai -t tabel (-1.997). Dengan kata lain tidak ada pengaruh secara signifikan dari variabel Brand personality (X3) dalam keputusan pembelian (Y).

Filename: ABSTRAK.doc
Directory: C:\Documents and Settings\MULYOSARI_95\Desktop\print
Template: C:\Documents and Settings\MULYOSARI_95\Application
Data\Microsoft\Templates\Normal.dotm
Title: ABSTRAK
Subject:
Author: User
Keywords:
Comments:
Creation Date: 3/3/2011 3:48:00 PM
Change Number: 1
Last Saved On: 3/3/2011 3:49:00 PM
Last Saved By: User
Total Editing Time: 1 Minute
Last Printed On: 3/2/2011 9:05:00 PM
As of Last Complete Printing
Number of Pages: 1
Number of Words: 343 (approx.)
Number of Characters: 1.959 (approx.)