

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Fakultas Ekonomi
Program Sarjana Manajemen
Semester Ganjil 2019/2020

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN PADA MOBIL *LOW COST GREEN CAR* (LCGC) DI BATAM

Boby Hartanto Tandiono
NPM: 1541095

ABSTRAK

Penelitian ini menekankan dampak dari empat variabel independen yang diuji yaitu kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek. Sampel penelitian adalah konsumen pembeli mobil jenis *Low Cost Green Car* (LCGC) di Batam.

Kuesioner disebarakan pada 300 responden yang merupakan konsumen yang membeli mobil LCGC di Batam. Namun etelah pengumpulan kembali kuesioner yang dibagikan, ada 15 kuesioner yang tidak kembali sehingga hanya 285 kuesioner yang bisa digunakan untuk pengujian data.

Untuk membuat ekuitas merek lebih baik dari pesaing, perusahaan harus fokus pada kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek. Perusahaan harus fokus pada cara-cara kreatif untuk mengiklankan produk mereka untuk menarik perhatian pelanggan dan untuk bersaing dengan para pesaingnya.

Kata Kunci: kesadaran merek, asosiasi merek, persepsi kualitas, dan loyalitas merek dan minat pembelian, *Low Cost Green Car* (LCGC)