

*INFLUENCE OF BRAND OF FOREIGN LANGUAGE, BRAND IMAGE AND QUALITY
PRODUCT TO BUY INTENTION DONUTS AMONG STUDENT OF MERCU BUANA
UNIVERSITY AT WEST JAKARTA*

Henni Charista Satya Dharma

ABSTRACT

This study to determine the Influence Of Brand Of Foreign Language, Brand Image, and Quality Product To Buy Intention Donuts Among Student Of Mercu Buana University at West Jakarta. The data use in this study are primary data obtained from questionnaire distributed by the author. The sampling technique in this research in Non-Probability Sampling by using Quota Sampling because the research took a number of equally between the reguler student 1 and the reguler student 2as many as 200 respondens, 100 respondens are representative of the reguler student 1 and 100 respondens is representative of the reguler student 2. Sources of data in this study were taken by distributing questionnaire to 200 students Mercu Buana University at West Jakarta. Analysis of data using multiple linier regression analysis. Result showed that together Brand Image and Quality Product Influence on Buy Intention. But in a partial test sorted most influential dimensions Buy Intention Donuts Among Student of Mercu Buana University at West Jakarta is the Brand Image and Product Quality. While Brand of Foreign Language variable did not affect the Buy Intention Donuts Among Student of Mercu Buana University at West Jakarta.

Keywodt : Brand of Foreign Language, Brand Image, Quality Product and Buy Intention.

PENGARUH MEREK BERBAHASA ASING, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI DONAT DIKALANGANAN MAHASISWA
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA BARAT

Henni Charista Satya Dharma

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Pengaruh Merek Berbahasa Asing, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Donat dikalangan Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta Barat. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar oleh penulis. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan Kuota Sampling dikarenakan peneliti mengambil jumlah sama rata antara mahasiswa Reguler 1 dan mahasiswa Reguler 2 yaitu sebanyak 200 responden, 100 responden merupakan perwakilan dari mahasiswa Reguler 1 dan 100 responden merupakan perwakilan dari mahasiswa Reguler 2. Sumber data dalam penelitian ini diambil dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta Barat. Analisa data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa secara bersama-sama Citra Merek dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli. Namun dalam pengujian secara parsial diurutkan dimensi yang paling berpengaruh terhadap Minat Beli Donat dikalangan Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta Barat adalah Kualitas Produk dan Citra Merek. Sementara variabel Merek Berbahasa Asing tidak mempengaruhi terhadap Minat Beli Donat dikalangan Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jakarta Barat.

Kata Kunci : Merek Berbahasa Asing, Citra Merek, Kualitas Produk dan Minat Beli.