Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Pengaruh Digital Marketing Dan Brand Image Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan BSI Griya Hasanah

Muhammad Aziz Alhakim

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77898&lokasi=lokal

---

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Digital Marketing dan Brand Image terhadap Minat Masyarakat dalam menggunakan Produk Pembiayaan BSI Griya Hasanah. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesinoner kepada 100 responden, metode analisis yang digunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Digital Marketing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat dengan nilai probabilitas 0,027 (0,027 < 0,050) dengan hasil thitung positif sebesar 2,244 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Brand Image secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat dengan nilai probabilitas 0,001 (0,001 < 0,050) dengan hasil thitung positif sebesar 5,432 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Secara simultan Digital Marketing dan Brand Image berpengaruh positif terhadap Minat Masyarakat dengan nilai fhitung > ftabel (63.737 > 3,09) yang berarti berpengaruh signifikan pada variabel dependen.