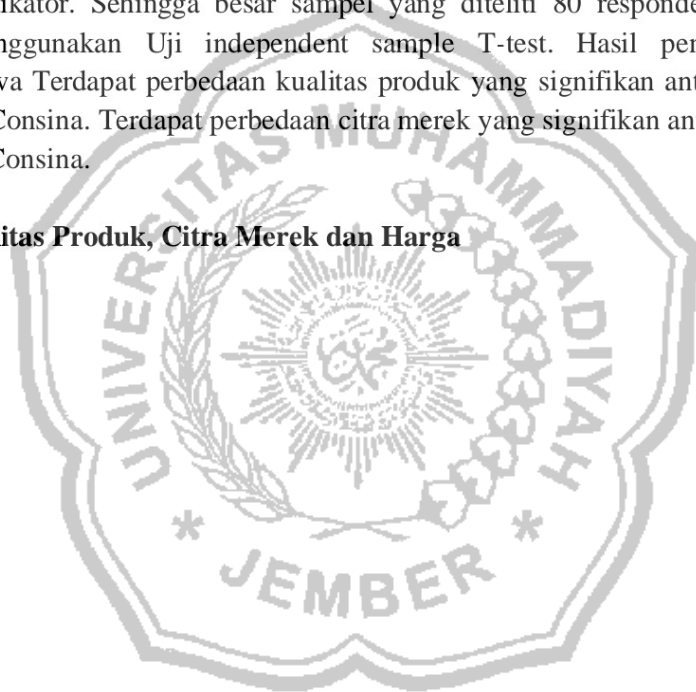


ABSTRAK

Persaingan dunia usaha di Indonesia semakin ketat, setiap perusahaan bersaing untuk menarik pelanggan dan mempertahankan eksistensinya di pasar. Termasuk dalam penjualan perlengkapan outdoor yang saat ini tumbuh dan berkembang pesat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perbandingan antara produk Eiger dengan produk Consina. Populasi dalam penelitian ini adalah kelompok pendaki Bondowoso. Teknik sampling yang digunakan yaitu Non probability dengan teknik purposive sampling yang terdiri dari total pertanyaan 16 indikator. Sehingga besar sampel yang diteliti 80 responden.. Teknik analisis data menggunakan Uji independent sample T-test. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat perbedaan kualitas produk yang signifikan antara produk Eiger dan produk Consina. Terdapat perbedaan citra merek yang signifikan antara produk Eiger dan produk Consina.

Kata kunci : Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga



ABSTRACT

Indonesian's corporate competition is increasingly tight, with every company competing to attract customers and keep them in the market. Included in the sale of outdoor equipment in Indonesia. The goal of this study is to identify the comparison between eiger products and consina products. The population in this study is a group of Bondowoso climbers. The sampling technique used non probability with an purposive sampling technique composed of a total of 16 indicators of questioning. So large a sample of 80 respondents. Data analysis uses the independent test t-test. The results of this study indicate that there is a significant quality difference between the eiger and the consina product. There is a significant brand image difference between the eiger and the consina products.

Keywords : Product quality, Brand image and Price.

