

#### مستخلص البحث

الكف، هريس. 2013 البحث. العنوان. تأثير من الإدراك علامة تجارية الصورة (علامة تجارية الصورة) على قرارات الشراء حقيبة العلامة التجارية ايجر (دراسة حالة في كلية الاقتصاد الجامعة الحكيمة الإسلامية مولانا مالك ابراهيم ، مالانج). البحث، قسم إدارة التسويق كلية الاقتصاد الجامعة الحكيمة الإسلامية مولانا مالك ابراهيم ، مالانج.

المشرف : الدكتور نور اسناوى الماجستير

الكلمة الرئيسية : صورة العلامة التجارية (صورة العلامة التجارية)، عملية قرار الشراء

والغرض من هذه الدراسة هو تحديد المتغيرات صورة العلامة التجارية (صورة العلامة التجارية) التي تؤثر على عملية اتخاذ قرار الشراء. هذه الدراسة فقد اثنين من المتغيرات، المتغير المستقل (X) والمتغير التابع (Y). المتغير المستقل (X) يتكون من المتغيرات الفرعية، وهي أنواع من الجمعيات العلامة (X<sub>1</sub>)، ودعم جمعية العلامة (X<sub>2</sub>)، وقوة الجمعيات العلامة (X<sub>3</sub>)، وتفرد الجمعيات العلامة (X<sub>4</sub>)، في حين أن المتغير التابع (Y) هو مشاركة المستهلكين في عملية قرار الشراء.

تقنيات تحليل البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هو الانحدار المتعدد (الانحدار المتعدد) لتحديد تأثير من صورة العلامة التجارية (صورة العلامة التجارية) جزئيا أو في وقت واحد على عملية قرارات الشراء من حقيبة العلامة التجارية ايجر. كان السكان في هذه الدراسة طلاب كلية الاقتصاد الجامعة الحكيمة الإسلامية مولانا مالك ابراهيم مالانج الذين يشترى واستخدام أكياس العلامة التجارية ايجر. عينات أخذت باستخدام عينات عشوائية النسي، وأخذ العينات العشوائية البسيطة.

خلص نتائج هذه الدراسة إلى أن : (1) هناك تأثير إيجابي كبير على أنواع جمعية العلامة التجارية (X<sub>1</sub>)، دعم من جمعية العلامة التجارية (X<sub>2</sub>)، قوة من جمعية العلامة التجارية (X<sub>3</sub>)، تفرد من جمعية العلامة التجارية (X<sub>4</sub>)، جزئيا على قرارات الشراء حقيبة العلامة التجارية ايجر. (2) هناك تأثير إيجابي كبير على أنواع جمعية العلامة التجارية (X<sub>1</sub>)، دعم من جمعية العلامة التجارية (X<sub>2</sub>)، قوة من جمعية العلامة التجارية (X<sub>3</sub>)، تفرد من جمعية العلامة التجارية (X<sub>4</sub>)، في وقت واحد على قرارات الشراء حقيبة العلامة التجارية ايجر.

الآثار المترتبة على هذا البحث علما حقائب اليد العلامة التجارية ايجر لديها صورة العلامة التجارية (صورة العلامة التجارية) الجيدة وجود المنتج. ولذلك، فإن صورة العلامة التجارية هو أن تبقى والمحافظة عليها في وسيلة لخلق المنتجات التي تعزز معايير الجودة وذات نوعية جيدة عندما البضائع على وشك أن يتم تسويقها.