

المستخلص

.2013 . "تحليل تأثير قرارات الشراء ضد التسويق مزيج عصير الفاكهة يشرب في المنزل الزراعية مختبر الموديل"
:
: مزيج التسويق وقرار الشراء

يهدف خلفية هذه الدراسة لتحديد تأثير المزيج التسويقي على المستهلك قرارات الشراء في شر المشروبات الفاكهة في مختبر الصناعات الزراعية الموديل الرئيسية مالانج . لأنه، في الأساس، وشركات ي
المزيج التسويقي وهناك
الشرائية للمستهلك.

: (X1) ، والترويج (X2)، توزيع (X4) ي
مستهلك عصير فواكه . ي ي ي
هو (توزيع) ي ()
T ي ي F هذه ي 80 المستهلكين عصير الفاكهة
ي ي ي ي ي ي ي
T F ي
ي ي ي هو ي
أظهرت أنه

$$Y = 0,277 + 0,574X_{1,1} + 0,327X_{1,2} + 0,591X_{1,3} + 0,462X_{1,4} + 0,05$$

: (X1) ، والترويج (X3) ي
الزراعية الموديل الرئيسية (Y) عصير فواكه
هو ي ي هو (X1) ي 5,71% ي (R2) 0,620
وهذا ي 62% عصير الفاكهة
ي 38% ي ي ي
T ي ي ي ي ي
ي ي ي ي ي