

Pengaruh Customer Perceived Value, Brand Trust, dan Brand Affect dalam Membangun Brand Loyalty : Studi pada Pengguna Telepon Genggam di Indonesia

Aveline Leonadiputri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=130424&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini menganalisa pengaruh customer perceived value, brand trust, dan brand affect terhadap brand loyalty. Studi ini adalah riset kuantitatif yang menggunakan data primer melalui kuesioner yang disebarakan ke pengguna telepon genggam di Jakarta. Desain riset ini adalah riset deskriptif yang menggunakan metode analisa regresi sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara customer perceived value, brand trust, dan brand affect dalam membangun brand loyalty.This thesis analyzed the effect of customer perceived value, brand trust, brand affect to build brand loyalty. This research is a quantitative research which uses primary data through questionnaire from mobile phone users in Jakarta. The design of this research is a descriptive research which use simple regression method. The results of this research show that there is a positive and significant relationship between customer perceived value, brand trust, and brand affect to build brand loyalty.