

Pengaruh brand personality terhadap brand loyalty melalui customer satisfaction (studi pada : mahasiswa FISIP UI pengguna blackberry

Anneke Puspa Calliandra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20285768&lokasi=lokal>

Abstrak

Brand personality merupakan suatu strategi pemasaran yang potensial untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu merek tertentu. Hal ini terutama berlaku pada produk high involvement. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh brand personality terhadap brand loyalty melalui kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 200 mahasiswa FISIP UI, dengan analisa eksplanatif dan Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand personality memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap brand loyalty melalui customer satisfaction.

.....Brand personality is a potential marketing strategy to increase consumer loyalty towards a particular brand. This is especially true in high-involvement products. The objective of this study was to determine how the influence of brand personality on brand loyalty through customer satisfaction. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to 200 FISIP UI students, with explanative analysis and Structural Equation Model (SEM). The results showed that brand personality has no significant influence on brand loyalty through customer satisfaction.