

Deskripsi Peranan Brand Community dalam Pembentukan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Honda Mega Pro Club) = The Description of Brand Community Role in Developing Consumer Loyalty (Case Study of Honda Mega Pro Club)

Listya Kurniasih, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20289694&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan di pasar dunia semakin lama semakin ketat. Memuaskan dan mempertahankan konsumen yang loyal untuk memajukan bisnis menjadi prioritas utama strategi marketing. Konsumen yang loyal tidak mudah dipengaruhi oleh iklan produk pesaing dan dapat mengurangi biaya iklan. Mereka pada umumnya tidak mencari produk alternatif dan tidak mudah berpaling pada merek yang lain. Pembentukan komunitas merek yang beranggotakan terdiri dari konsumen dan konsumen potensial adalah sebuah cara yang menjalin hubungan jangka panjang, dengan tujuan memberikan kepuasan yang nyata dari penyedia produk atau jasa kepada konsumennya. Komunitas merek juga berperan penting untuk membentuk loyalitas konsumen. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penulis bertujuan untuk mendeskripsikan peranan brand community dalam pengembangan loyalitas konsumen dengan studi kasus Honda Mega Pro Club. Saat observasi penulis melakukan wawancara mendalam terhadap beberapa informan. Pertanyaan dalam penelitian ini adalah mengenai faktor-faktor yang berperan dalam pengembangan loyalitas konsumen. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penulis menggunakan beberapa faktor yang mungkin berperan dalam pengembangan loyalitas konsumen. Pada akhir diskusi ditemukan bahwa penerapan pendekatan yang digunakan oleh peneliti sebagian besar terbukti memiliki peran yang penting dalam pembentukan loyalitas. Selain itu diperoleh pengetahuan baru tentang strategi pemasaran yang berkembang di dalam suatu brand community yang juga didasari oleh loyalitas seorang konsumen.

.....

The world market becomes more and more competitive. Satisfying and retaining customers to sustain business are usually firms' top priorities in marketing strategies. Loyal customers are less affected by advertisements of competitors and saves costs of advertisement designed to draw new customers. They don't search for alternatives and don't switch the brand. Building brand community consists of consumer and potential consumer is the way to interlace long relationship. Brand community can also be the important role to build the consumer loyalty. The main goal of the research is to describe brand community role in developing consumer loyalty. By using qualitative method, with case study of Honda Mega Pro Club. During the observation, the writer conducted depth interview to some informan. To discover the factors effects in developing consumer loyalty, the writer used some approaches. In the end, those factors proved to be the important role of developing consumer loyalty. The writer also found the new marketing strategy created in brand community.