

Pengaruh media sosial terhadap Customer Retention: studi kasus pada J.Co = The influence of social media against customer retention: study case on J.Co

Radityo Kusumo Santoso, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20333233&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas pengaruh media sosial terhadap mempertahankan pelanggan (customer retention). Berkembangnya E-Commerce di Indonesia mengakibatkan berkembangnya konsep crowd sourcing dengan tujuan untuk mengembangkan bisnis dari ide-ide yang dikemukakan oleh konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskripsi dan regresi berganda, dan sampel dari penelitian ini adalah konsumen J.Co yang tergabung pada media sosial J.Co. Hasil penelitian ini didapatkan bahwa terdapat pengaruh antara media sosial terhadap customer retention dan dimensi dari media sosial yang mempengaruhi customer retention adalah media richness dan self presentation. Penelitian ini menyarankan bahwa untuk meningkatkan loyalitas konsumen yang berujung pada meningkatnya customer retention, memberikan reward, menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat, dan menggunakan media tradisional untuk mendukung komunikasi antara konsumen dengan produsen.

This thesis discusses the influence of social media is to retain customers retention. The development of E-Commerce in Indonesia resulted in the development of the concept of crowd sourcing in order to grow the business from ideas expressed by consumers. This research is a quantitative research method description and multiple regression, and samples of consumer research is J.Co. customers incorporated in social media, J.Co. research results obtained that there was influence of social media on customer retention and dimensions of social media that affect customer retention is a media richness and self presentation. These studies suggest that to enhance consumer loyalty that leads to increased customer retention, providing a reward, responding to customer complaints quickly, and using the traditional media like by radio or magazine to support communication between consumers with producers.