

Pengaruh pengalaman merek, kepercayaan dan kepuasan dalam membangun loyalitas pada pengguna sepeda motor : studi kasus: pengguna sepeda motor Honda wilayah Jabodetabek = The effect of brand experience, trust and satisfaction on building brand loyalty in users motorcycle : case study users of motorcycle Honda in Jabodetabek

Bayu Fazri Kurnia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20337541&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Sepeda motor merupakan salah satu jenis kendaraan yang bertumbuh pesat di Indonesia karena sepeda motor merupakan alat transportasi yang murah dan dapat mempercepat perjalanan khususnya masyarakat perkotaan. Dalam penelitian ini, saya mengusulkan efek pengalaman merek untuk membangun daya tahan yang lama terhadap merek dan pengaruh antara pelanggan dengan kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas. Penelitian dilakukan pada 225 responden pengguna sepeda motor Honda di wilayah Jabodetabek dalam kurun waktu 3 bulan. Sebuah model penelitian dengan lima hipotesis untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dan variabel dependennya. Sebagai hasil dari studi ini, pengalaman merek, kepuasan, kepercayaan memiliki efek positif loyalitas merek.

*The motorcycle is a types of vehicles which rapidly grow in Indonesia because of its low-priced has made motorcycle as considerable transportation to speed up a ride for urban communities. In this research, I proposed to build a brand experience to effect durability of the brands and the relationship between customers trust, satisfaction, and loyalty. The research was conducted within 3 months by distributing a questioner to 225 respondents of whom are owner of Honda motorcycle in Jabodetabek. The research consisted of five hypothesizes to determine the relationship between the independent variables and the dependent variables. As a result of this study, brand experience, satisfaction, trust has a positive effect on brand loyalty.*