

Pengaruh motif pembelian terhadap loyalitas konsumen starbucks coffee studi pada mahasiswa fisip ui = The influence of buying motives toward customer loyalty starbucks coffee study on the students of fisip ui / Fitri Salsabila

Fitri Salsabila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20413422&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motif pembelian terhadap loyalitas konsumen Starbucks Coffee. Motif adalah alasan di balik keinginan manusia untuk melakukan sesuatu yang berbeda dari satu konsumen ke konsumen lainnya. Motif pembelian perlu dipahami agar dapat diketahui alasan konsumen melakukan pembelian, sehingga loyalitas dapat dipertahankan. Para pakar perilaku konsumen membedakan motif pembelian menjadi dua, yaitu motif rasional dan motif emosional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 mahasiswa FISIP UI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif pembelian memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap loyalitas konsumen Starbucks Coffee.

ABSTRACT

This research aims to find out the influence of buying motives toward customer loyalty Starbucks Coffee. Motives are the reasons behind the will of people to do anything different from one customer to another customer. Buying motives need to be understood in order to know the customer reasons of buying, so that loyalty can be maintained. Customer behaviour's experts distinguishing buying motives into two: rational and emotional motives. This research uses a quantitative approach by distributing questionnaires to 100 students of FISIP UI. The result shows that buying motives have a strong influence on customer loyalty of Starbucks Coffee.