

Analisis pengaruh brand experience brand satisfaction dan brand trust terhadap brand loyalty studi kasus mitsubishi pajero sport = Analysis of the effect of brand experience brand satisfaction and brand trust toward brand loyalty case study mitsubishi pajero sport

Metta Yunita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20415984&lokasi=lokal>

Abstrak

Brand Experience merupakan konseptualisasi respon internal konsumen secara subjektif (sensasi, perasaan, dan kognisi) dan juga respon secara perilaku yang muncul dari stimuli yang berhubungan dengan merek yang merupakan bagian dari desain dan identitas merek, packaging, komunikasi, dan lingkungan. Di mata konsumen, merek berfungsi sebagai pembentuk hubungan antara dirinya dengan merek tersebut, sehingga pengalaman konsumen dengan merek menjadi satu hal yang penting dalam terciptanya hubungan ini. Karya tulis ini akan berfokus pada pengalaman bersama merek, kepuasan, kepercayaan terhadap merek dan pengaruhnya pada loyalitas konsumen terhadap merek tersebut.

.....

Brand experience is conceptualized as sensations, feelings, cognitions, and behavioral responses evoked by brand-related stimuli that are part of a brand's design and identity, packaging, communications, and environments. From customers point of view, brand is a relationship-builder between them and the brand itself, thus their experiences with a brand become an important element in creating that relationship. This thesis will be focused on experience with a brand, satisfaction, and trust toward the brand and their effect on customer's loyalty.