

Pengaruh brand experience terhadap repurchase intention: studi pada film Marvel = The effect of brand experience on repurchase intention: studies on Marvel's film

Ghazian Ramadhan Aryanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20444516&lokasi=lokal>

Abstrak

Melalui pengalaman sebuah merek dapat memberikan sebuah memori yang mengesankan dan bertahan lama di ingatan konsumen. Strategi yang dapat digunakan adalah melalui brand experience. Pengalaman juga digunakan oleh konsumen sebagai sumber informasi untuk keputusan di masa depan, salah satunya adalah keputusan untuk membeli kembali repurchase intention. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand experience dari film Marvel terhadap repurchase intention konsumen. Penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan teknik purposive, dan melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen film Marvel. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang terbentuk antara brand experience dengan repurchase intention.

.....Through an experience, brand can provide the consumer with memorable and long lasting memory. We can provide that experience by using brand experience. Consumer uses the experience as a valuable information for his her decision in the future, such as repurchase intention. This study intend to examines the effect of brand experience that Marvel film provides on consumer repurchase intention. This study use non probability sampling with purposive technique, and conducted on 100 respondents. Drawing on the result of this study demonstrate that there is a correlation between brand experience and repurchase intention.