

Pengaruh brand experience terhadap brand loyalty melalui brand satisfaction: studi pada brand H&M = The influence of brand experience on brand loyalty through brand satisfaction on H&M brands

Muthia Fathona Rosidi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20473065&lokasi=lokal>

Abstrak

Loyalitas merupakan alat penting yang diperlukan oleh pemasar untuk mempertahankan mereknya ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Menciptakan konsumen yang loyal merupakan salah satu strategi dari pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas merek baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan merek pada konsumen merek merek pakaian H M di Jabodetabek. Jenis penelitian adalah penelitian eksplanatif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah non-probability sampling dengan teknik convenience sampling. Pengolahan data menggunakan analisis regresi, analisis jalur dan uji sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan merek. Pengalaman merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek. Kepuasan merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek. Pengalaman merek memiliki pengaruh baik secara langsung terhadap loyalitas merek maupun secara tidak langsung melalui kepuasan merek.

<hr><i>Loyalty is an important tool that marketers need to maintain their brands in the midst of fierce business competition. Creating brand loyal costumers is one of the marketing strategies. The purpose of this study is to determine the effect of brand experience on brand loyalty either directly or indirectly through brand satisfaction on H M clothing brands consumer in Jabodetabek. The type of research is explanatory research using. Sampling method is non probability sampling with convenience sampling technique. Data processing used regression analysis, path analysis, and sobel test. The result of this study indicate that brand experience has a significant influence on brand satisfaction. Brand experience has a significant influence on brand loyalty. Brand satisfaction has a significant influence on brand loyalty. Brand experience has a direct effect on brand loyalty and indirect effect through brand satisfaction.</i>