

Analisis faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan brand loyalty dalam layanan video-on-demand netflix = Factors influencing the formation of brand loyalty on netflix video-on-demand services

Poeti Gladyzka Emiria, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20499792&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi merek loyalitas, atau loyalitas merek, ke layanan video-on-demand Netflix. Pada dalam penelitian ini terdapat 9 faktor atau variabel independen, yaitu: kesadaran merek, evaluasi merek, kepercayaan, kepuasan, nilai yang dirasakan, kualitas yang dirasakan, merek pengaruh, asosiasi merek, dan hubungan merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada pengikut Instagram @netflixid. Hasil penelitian tidak mencapai tahap regresi, namun menemukan bahwa semua variabel independen memiliki hubungan yang signifikan dengan loyalitas merek. Ditemukan juga bahwa faktor sosio-emosional lebih memiliki hubungan yang lebih kuat dengan loyalitas merek daripada pengetahuan dan persepsi.

.....This thesis discusses the factors that influence the brand loyalty, or brand loyalty, to Netflix's video-on-demand service. On In this study there are 9 factors or independent variables, namely: brand awareness, brand evaluation, trust, satisfaction, perceived value, perceived quality, brand influence, brand association, and brand relationship. This study uses a quantitative approach by distributing questionnaires to Instagram followers @netflixid. The results of the study did not reach the regression stage, but found that all independent variables had a significant relationship with brand loyalty. It was also found that socio-emotional factors have a stronger relationship with brand loyalty than knowledge and perception