

Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen pada Pengguna BukaLapak di Jakarta = The Influence of Brand Image on Customer Satisfaction and Customer Loyalty for BukaLapak Users in Jakarta

Nur Muchlis Purnawijaya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20500362&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Bukalapak menjadi salah satu pemain besar di industri e commerce dengan citrayang baik. Hal tersebut dibuktikan dengan beberapa penghargaan yang didapatkannya hingga memiliki eksistensi yang bagus di industri e commerce. Namun, di samping citra yang telah dibangun oleh Bukalapak sebagai merek dengan mendapatkan banyak penghargaan, Bukalapak pernah mengalami kerentanan reputasi atau citra di era internet dalam kasus serangan media sosial yang tidak berkaitan dengan kinerja Bukalapak. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari brand image terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada objek penelitian pengguna Bukalapak di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan metode non-probability sampling dan teknik purposive sampling juga quota sampling di dalam mendapatkan responden penelitian. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner dengan analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa brand image dapat memengaruhi variabel kepuasan konsumen, brand image dapat memengaruhi loyalitas konsumen, dan juga kepuasan konsumen dapat memengaruhi variabel loyalitas konsumen pada pengguna Bukalapak di Jakarta.

<hr>

<i>ABSTRACT</i>

Bukalapak is one of the big players in the e commerce industry with a good image as a brand. It can be proven by several awards obtained to have a good existence in the e commerce industry. However, in addition to the image that has been built by Bukalapak as a brand with many awards, Bukalapak has received bad case about Bukalapak image as a brand in the internet era in the case of social media attacks not related to Bukalapak. Therefore, the purpose of this study is to analyze the influence of brand image on consumer satisfaction and customer loyalty on the object of Bukalapak user research in Jakarta. The research method used is quantitative research. The number of samples in this study were 100 respondents using non-probability sampling methods and purposive sampling techniques as well as quota sampling in getting research respondents. The instrument used in this study was a questionnaire with data analysis used simple linear regression. The results of this study prove that brand image can influence customer satisfaction, brand image can influence customer loyalty, and also customer satisfaction can influence customer loyalty for Bukalapak users in Jakarta.</i>