

Pengaruh citra merek dan kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan : studi eksplanatif konsumen Kopi Kenangan di media sosial Instagram = Affect of brand image and customer satisfaction on customer loyalty : explanative study on Kopi Kenangan customer at social media Instagram

Aulia Risky, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20514082&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini merupakan sebuah studi eksplanatif mengenai pengaruh Citra Merek dan Kepuasan pada Loyalitas Pelanggan. Dalam beberapa tahun belakangan ini sangat banyak bermunculan brand kopi dari dalam negeri dan mencoba merebut loyalitas dari konsumen. Dengan menggunakan model yang di adopsi dari penelitian sebelumnya peneliti ingin membuktikan kembali pengaruh hubungan citra merek dengan loyalitas pelanggan secara langsung maupun secara tidak langsung melalui mediator kepuasan. Objek yang di gunakan adalah Kopi Kenangan karena di rasa Kopi Kenangan mampu mewakili brand produk kopi dengan perkembangan terbesar dan tercepat di Indonesia jika dilihat dari jumlah pengumpulan modal yang mereka dapatkan dari para investor. Data dari penelitian ini dihimpun kemudian dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik Hasil dari penelitian ini membuktikan citra merek berpengaruh signifikan secara langsung terhadap Kepuasan pelanggan maupun secara tidak langsung dengan melalui mediator kepuasan.

.....This research is an explanative study of affect of brand image and satisfaction on customer loyalty. In recent years there have been many domestic coffee brands emerging and trying to win loyalty from consumers. By using a model adopted from previous research, the researcher wants to prove again the influence of the relationship between brand image and customer loyalty directly or indirectly through satisfaction mediators. The object used on this research is Kopi Kenangan, due Kopi Kenangan is able to represent the coffee brand with the largest and fastest development in Indonesia, it is viewed from the amount of capital gain they have get from investors. The data from this study were collected and then carried out using statistical calculations. The results of this thesis study prove that brand image has a significant effect directly on customer loyalty and indirectly through satisfaction mediators.