

Pengaruh Merger and Acquisitions Perceptions terhadap Brand Loyalty dengan Customer Perceptions (Studi pada PT. So Good Food dan PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk) = Effect of Merger and Acquisitions Perceptions on Brand Loyalty through Customer Perceptions (Study on PT. So Good Food and PT. Japfa Comfeed Indonesia, Tbk)

Raihan Achmad Al-Ghifary, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20515510&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari makalah ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Merger & Acquisitions Perceptions terhadap Customer Perceptions dan Customer Perceptions terhadap Brand Loyalty pada konsumen PT So Good Food setelah diakuisisi oleh PT Japfa Comfeed Indonesia TBK. Data dari penelitian ini akan dikumpulkan dari 100 responden yang terdiri dari konsumen PT So Good Food setelah terjadinya akuisisi PT So Good Food oleh PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang datanya diambil menggunakan Skala Likert 5 Titik. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah bahwa terdapat pengaruh antara M&A Perceptions terhadap Customer Perceptions, Customer Perceptions terhadap Brand Loyalty, dan M&A Perceptions terhadap Brand Loyalty melalui Customer Perceptions.The purpose of this paper is to find and analyze the effect of Merger & Acquisitions Perceptions on Customer Perceptions and Customer Perceptions on Brand Loyalty in PT So Good Food's customers after it was acquired by PT Japfa Comfeed Indonesia TBK. This research is a quantitative research in which the data was collected using a 5-point Likert Scale. This research found that there is a connection between M&A Perceptions and Customer Perceptions, Customer Perceptions and Brand Loyalty, and M&A Perceptions and Brand Loyalty through Customer Perceptions.