

Pengaruh Customer Brand Engagement dan Customer Advocacy Terhadap Customer Loyalty = Influence of Customer Brand Engagement and Customer Advocacy, Toward Customer Loyalty

Muhammad Dino Putra Nurcahya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920519236&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian mengenai Pengaruh Customer Advocacy terhadap Customer Loyalty ini memiliki hasil yang berbeda dalam hal apakah konsumen harus loyal terlebih dahulu baru dapat bertindak sebagai sebagai advocacy bagi sebuah Brand, atau konsumen harus bertindak sebagai advocacy dulu, baru bisa menjadi customer yang loyal. Hal ini tentunya akan menguntungkan bagi sebuah Brand, mengingat partisipasi konsumen dalam berperan sebagai advokat bagi perusahaan akan mendatangkan banyak manfaat seperti penghematan biaya marketing, dan bisa digunakan sebagai basis data untuk melakukan value generating bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana customer advocacy yang diperkuat oleh customer brand engagement, bisa mempengaruhi customer loyalty. Penelitian menggunakan metode pengukuran dengan menggunakan SEM-PLS dengan metode purposive sampling serta menggunakan self adminstrtive questionnaire. Dari 300 kuesioner, kuesioner yang berhasil Kembali ke peneliti adalah sebanyak 203 responden customer perbankan. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa 5 dari 7 hipotesis berhasil diterima yang dapat diajukan sebagai usulan bagi alternatif strategi perusahaan perbankan

Research on the Effect of Advocacy on Customer Loyalty has different results in terms of whether consumers must be loyal first and then can act as advocacy for a brand, or consumers must act as advocacy first, then they can become loyal customers. This will certainly be beneficial for a brand, considering that consumer participation in acting as an advocate for companies will bring many benefits such as saving on marketing costs, and can be used as a database for value generating for companies. This study aims to find out how customer advocacy, which is strengthened by customer brand engagement, can affect customer loyalty. The study used purposive sampling method and using SEM-PLS to analyze the data. The questionnaire back in the researcher from 300 questionnaire, the quistioner back in the researcher was 203 banking customer respondents. The results of the study show that 5 out of 7 hypotheses have been successfully accepted which can be proposed as alternative strategies for banking companies