

Hubungan Pemasaran Media Sosial dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Instagram @tokopedia) = The Relationship Between Social Media Marketing and Brand Trust Towards Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction (Study of @tokopedia on Instagram)

Saragih, Maudy Bunga Rosmita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524131&lokasi=lokal>

Abstrak

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pemasaran media sosial memiliki hubungan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan secara langsung dalam konteks Instagram @tokopedia. Namun, variabel pemasaran media sosial tidak memiliki hubungan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan. Pemasaran melalui media sosial Instagram @tokopedia, seperti informasi mengenai cashback, diskon, gratis ongkir, dan lainnya, serta membuat konten-konten interaktif yang mengajak pengikut untuk berpartisipasi, terbukti dapat menarik pelanggan untuk puas dan menjadi loyal. Kemudian, Variabel kepercayaan merek memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan baik secara langsung ataupun dengan mediasi kepuasan pelanggan. Tokopedia telah berhasil memenuhi semua aspek dari kepercayaan merek. Dengan demikian, loyalitas pelanggan dalam bentuk retensi, frekuensi pembelian, maupun WOM yang baik, adalah hasil dari meningkatnya kepercayaan pelanggan terhadap platform Tokopedia Penelitian ini diharapkan dapat membantu para manajer pemasaran khususnya di bidang industri e-commerce untuk mengoptimalkan strategi komunikasi pemasaran di media sosial dengan menggunakan pendekatan yang bersifat emosional terhadap pelanggannya untuk mendorong peningkatan loyalitas pelanggan.

.....The results of the study show that social media marketing have a significant relationship to customer loyalty directly in the context of Instagram @tokopedia. However, social media marketing do not have a significant relationship to customer loyalty through the mediation of customer satisfaction. Marketing through social media Instagram @tokopedia, such as information about cashback, discounts, free shipping, and more, as well as creating interactive content that invites followers to participate, has been proven to attract customers to be satisfied and loyal. Then, brand trust has a relationship to customer loyalty either directly or by mediating customer satisfaction. Tokopedia has succeeded in fulfilling all aspects of brand trust. Thus, customer loyalty in the form of good retention, purchase frequency, and WOM is the result of increased customer trust in the Tokopedia platform. This research is expected to help marketing managers, especially in the e-commerce industry, to optimize marketing communication strategies on social media by uses an emotional approach to its customers to encourage increased customer loyalty.