

Analisis Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Loyalty melalui Perceived Quality dan Brand Trust pada Gojek Indonesia = Analisis Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Loyalty melalui Perceived Quality dan Brand Trust pada Gojek Indonesia

Isnaini Nursilvia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920524725&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa pengalaman merek pada konsumen Gojek Indonesia memiliki pengaruh terhadap loyalitas merek. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan para pengguna Gojek Indonesia yang berdomisili di Indonesia yang berusia 18-28 tahun. Terdapat sebanyak 290 responden terkumpul yang menggunakan metode purposive sampling. Kemudian, diolah dan dianalisis menggunakan Partial Least Square - Structural Equation Model (PLS-SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh dari pengalaman merek yang dirasakan oleh konsumen Gojek Indonesia terhadap loyalitas merek melalui persepsi kualitas dan kepercayaan merek. Penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas merek dipengaruhi secara langsung oleh pengalaman merek, persepsi kualitas, dan kepercayaan merek. Selain itu, persepsi kualitas dan kepercayaan merek juga memiliki efek mediasi terhadap hubungan antara pengalaman merek dan loyalitas merek. Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan pada industri on-demand service dalam meningkatkan loyalitas merek dari konsumen mereka.

.....This study aims to determine that the brand experience of Gojek Indonesia customers has an influence on brand loyalty. The samples used in this study are Gojek Indonesia users who are domiciled in Indonesia aged 18-28 years. There were 290 respondents collected using purposive sampling method. The data is processed and analyzed using Partial Least Square - Structural Partial Model (PLS-SEM). The results of this study show the influence of the brand experience felt by Gojek Indonesia customers on brand loyalty through perceived quality and brand trust. This study shows that brand loyalty is directly influenced by brand experience, perceived quality, and brand trust. Moreover, perceived quality and brand trust also have a mediating effect on the relationship between brand experience and brand loyalty. This study is expected to help companies in the on-demand service industry in increasing brand loyalty from their customers.