

Pengaruh Brand Community Terhadap Consumer Decision Making Process (Studi Kasus Komunitas Online Id-Mac dan Produk Macintosh)

Dina Prawinanta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=130654&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai perilaku konsumen yang menggunakan produk Macintosh dan tergabung ke dalam komunitas online id-mac, dengan melihat adanya pengaruh keberadaan brand community terhadap keputusan pembelian produk yang dilakukan oleh konsumen. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan desain riset eksploratori dan deskriptif. Hasil penelitian menyarankan bahwa suatu perusahaan perlu lebih memperhatikan keberadaan brand community, tidak hanya secara fungsional namun juga secara simbolis untuk meningkatkan loyalitas konsumen, dikarenakan peran brand community turut berperan serta dan berpengaruh terhadap kelangsungan proses keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

.....The focus of this thesis is describes the behavior of consumers who use Macintosh products and incorporated into the online community id-mac, with a view of the existence of brand community influence on product purchase decisions made by consumers. This research is quantitative research design with exploratory and descriptive research method. The results suggest that a company needs to pay more attention to the existence of brand community, not only functional but also symbolic to enhance customer loyalty, due to the role of brand community participate and affect the continuity of the consumer decision making process.