

Analisis proses pembentukan dan jenis loyalitas terhadap merek melalui kepuasan layanan bank : studi kasus bank BJB = forming process and type of loyalty analysis to a brand through banking service satisfaction : case study bank BJB

Shinta Mustikarini, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20300785&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui bagaimana proses pembentukan loyalitas terhadap merek melalui kepuasan terhadap layanan Bank, disamping itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui kecenderungan jenis loyalitas terhadap merek yang dibentuk oleh kepuasan terhadap layanan Bank. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dan studi kasus di Bank bjb dengan menggunakan kerangka pemikiran tingkatan piramida loyalitas dan kepuasan terhadap atribut produk, pelayanan dan pembelian suatu Bank. Temuan pertama: Pembentukan Loyalitas terhadap merek dibentuk oleh personal selling dalam menciptakan komitmen terhadap merek Bank, sementara faktor yang mempengaruhi nasabah terhadap kepuasan adalah Tingkat suku bunga, biaya administrasi yang rendah, persyaratan yang mudah dan Hadiah langsung. Dari segi pelayanan pelayanan yang personal, cepat, ramah, akurat, fasilitas pendukung menjadi pertimbangan sementara dari segi pembelian atau pemilihan Bank maka kredibilitas, rekomendasi dan suku bunga menjadi faktor utama. Temuan Kedua: Loyalitas terhadap merek yang timbul adalah pada tingkatan 'liking the product' dan 'committed buyer'. Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemasar aga lebih mengembangkan personal selling dalam menciptakan komitmen, untuk lebih lanjut dapat dilakukan untuk mendalami Personal Selling dalam membentuk loyalitas dan pembentukan komitmen nasabah khususnya bagi Industri Jasa Bank.

.....This reaserch purpose is to knowing how a loyalty process through Bank services satisfaction and to knowing the level of its loyalty that has been formed by satsifaction to Bank services. Using Qualitative method, case study and using pyramid of loyalty level and also satisfaction to product, services and buying attributes. First finding : Loyalty forming process to Brand is formed by Personal Selling in building a comitment, meanwhile satisfaction formed by Interest, low administration fee, easy term and condition and free gift. From services, personal services with quick, emphaty, accurate and facilities becoming a consideration meanwhile through buying attributes, credibility, recomendation becoming the main factor. Second findings: The level of loyalty is on liking the brand and committed buyer and those loyalties is formed by personal selling. This research could be a basis for other marketers to develop personal selling to form a commitement and loyalty. The next research could be more widening in Personal Seeling to form loyalty and to form a commitment especially for Banking Industry customer.