

Analisis pengaruh brand experience es krim "Magnum" terhadap brand loyalty = Analysis influence of brand experience of "Magnum" ice cream towards brand loyalty

Almansyah Auriyanto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20331616&lokasi=lokal>

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang pengaruh brand experience terhadap brand loyalty pada produk es krim. Di dalamnya terdapat juga variabel kepuasan dan brand trust yang akan membangun brand loyalty. Lebih lanjut lagi, skripsi ini melihat besarnya pengaruh terhadap brand loyalty yang ditimbulkan oleh brand experience, kepuasan, dan brand trust. Brand experience merupakan hal yang subjektif atas tiap-tiap konsumennya. Oleh karena itu, skripsi ini ingin menunjukkan sejauh mana objek penelitian telah mengemas brand experience-nya untuk dapat membangun loyalitas dari konsumennya. Objek penelitian ini adalah es krim dengan merek 'Magnum' yang merupakan produk baru di pasar es krim Indonesia. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa brand experience berpengaruh pada kepuasan dan brand trust, namun tidak berpengaruh langsung terhadap brand loyalty. Pada penelitian ini juga terdapat implikasi manajerial serta saran untuk penelitian selanjutnya.

.....This study discusses the effect of brand experience on brand loyalty of an ice cream product. This study also includes two other variables, namely satisfaction and brand trust antecedents of brand loyalty. Furthermore, this study looks at how brand loyalty is influenced by brand experience, satisfaction, and brand trust. Brand experience is a subjective thing upon each consumer. Object of this study is Magnum ice cream brand, which is a new product in Indonesia ice cream market. This study results that brand experience has influence toward satisfaction and brand trust, but has not influence toward brand loyalty. There are also managerial implications and advices for the next research.