

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan brand loyalty pada nasabah bank syariah di wilayah Jabodetabek = Analyzing of the factors affecting the formation of brand loyalty of Islamic banks customer in the region of Jabodetabek

Zulkifli Nurhakim Halida, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20332255&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pembentukan brand loyalty pada nasabah bank syariah melalui sudut pandang brand experience. Penelitian ini menggunakan pengalaman, kepuasan, dan kepercayaan sebagai hal yang membentuk loyalitas seorang nasabah. Sampel pada penelitian ini berjumlah 201 responden yang ditentukan berdasarkan wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Penelitian ini menggunakan teknik judgement sampling dan snowball sampling dengan sifat cross-sectional. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Structural Equation Model dengan software LISREL 8.70 dan IBM SPSS 19. Hasil penelitian ini menunjukkan brand experience berpengaruh positif secara signifikan terhadap brand loyalty melalui brand trust dan satisfaction.

The purpose of this study is to analyze the formation of brand loyalty of Islamic Bank's customer through the perspective of brand experience. This study uses experience, satisfaction and trust as key factors that forming loyalty of Islamic Bank's customer. The samples in this study consist of 201 respondents that are determined based on Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi region. This study uses techniques of judgement and snowball sampling with the nature of cross-sectional. The measurement tool for this study is Structural Equation Model with LISREL 8.70 and IBM SPSS 19 softwares. The result of this study indicates brand experience influenced significantly positive to brand loyalty through brand trust and satisfaction.