

Analisis pengaruh ulasan media sosial dan promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan pada pelayanan purnajual studi kasus: PT Toyota-Astra Motor = Analysis of impact of social media review and sales promotion to customer loyalty in after sales service case study PT. Toyota-Astra Motor

Steffi Link, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20455716&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan. Perkembangan internet mengubah pola konsumsi informasi dan komunikasi, salah satunya melalui media sosial. Media sosial merupakan alat untuk eWOM karena setiap pengguna bisa bebas menciptakan dan menyebarkan informasi pada jaringannya. Pada industri otomotif, siklus kepemilikan kendaraan didominasi pada periode purnajual yang memegang peranan penting bagi kepuasan dan berdampak pada keputusan membeli kembali kendaraan. Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui pengaruh ulasan media sosial dan moderasi promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan pada pelayanan purnajual. Penelitian ini menggunakan PLS-SEM dan dari penelitian ini diketahui bahwa variabel yang berpengaruh kepada loyalitas pelanggan adalah service operations.

*Customer satisfaction is an important matter for any company. The internet evolution has changed the information consumption and communication, such through social media. Social media is a tool for eWOM since every user may freely create and share information to their network. In automotive industry, vehicle ownership cycle is dominated by after sales period which takes an important role in creating customer satisfaction that will leads to repurchase. This research helps us to understand the impact of social media review and moderation of sales promotion to customer loyalty in after sales service. This research uses PLS SEM and concludes that service operations has significant impact to customer loyalty.*