

Analisis pengaruh brand personality, brand experience, brand trust, brand love dan nostalgia terhadap consumer brand loyalty: studi kasus: minyak kayu putih Cap Lang dan Blue Band = Analyzing the impact of brand personality brand experience brand trust brand love and nostalgia on consumer brand loyalty: case study: minyak kayu putih Cap Lang and Blue Band

Hana Herwika Maulidia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20457669&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat di Indonesia, merek semakin terpilih sebagai faktor kunci dari seleksi pelanggan. Kesetiaan pelanggan dengan merek harus diperkuat oleh perusahaan. Konsep kepuasan dan loyalitas konsumen merupakan dua konsep yang saling berkaitan dan sangat penting bagi perusahaan. Berbagai macam strategi dilakukan oleh perusahaan untuk mewujudkan dua hal tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh brand personality, brand experience, brand trust, brand love dan nostalgia terhadap consumer brand loyalty dengan menggunakan studi kasus minyak kayu putih Cap Lang dan Blue Band. Sampel penelitian ini adalah yang mengetahui minyak kayu putih Cap Lang dan Blue Band sejak masa kecil dan menggunakan produk minyak kayu putih Cap Lang sebagai obatan pribadinya dan Blue Band sebagai margarin yang digunakannya sampai saat ini. Data diolah dengan menggunakan metode Structural Equation Modelling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand personality, brand experience dan brand trust memiliki pengaruh positif terhadap satisfaction. Kemudian, brand personality, brand experience, brand trust, brand love dan satisfaction memiliki pengaruh positif terhadap brand loyalty. Sedangkan, nostalgia tidak memiliki pengaruh positif terhadap brand loyalty.

.....In the increasingly fierce business competition conditions in Indonesia, the brand is increasingly selected as a key factor of customer selection. Customer loyalty to the brand must be reinforced by the company. The concept of customer satisfaction and loyalty are two interrelated concepts and very important for the company. Various strategies are done by the company to realize these two things. This study aims to analyze the impact of brand personality, brand experience, brand trust, brand love and nostalgia on consumer brand loyalty by using the case study of eucalyptus oil Cap Lang and Blue Band. The samples of this study are those that know the eucalyptus oil Cap Lang and Blue Band since childhood and use the eucalyptus oil Cap Lang products as his personal medicines and Blue Band as the margarine he uses to date. Data is processed by using Structural Equation Modeling method. The results show that brand personality, brand experience and brand trust have a positive impact on satisfaction. Then, brand personality, brand experience, brand trust, brand love and satisfaction have a positive impact on brand loyalty. Meanwhile, nostalgia has no positive impact on brand loyalty.