

Pengaruh brand personality terhadap brand loyalty dimediasi oleh customer satisfaction: pada pelanggan Starbucks Margo City Depok = The effect of brand personality on brand loyalty mediated by customer satisfaction: on customer of Starbucks Margo City Depok

Damanik, Laura Rosemarie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20473363&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh antara kepribadian merek terhadap loyalitas merek dimediasi oleh kepuasan pelanggan Starbucks Margo City Depok. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapat dengan menggunakan metode survey yaitu kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Starbucks Margo City yang telah membeli antara makanan, minuman atau produk sebanyak tiga kali dalam tiga bulan terakhir. Data dianalisis menggunakan tabel frekuensi, path analysis dan uji sobel dengan SPSS 20.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa empat dimensi kepribadian merek, yaitu sincerity, competence, sophistication dan ruggedness, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan dimensi excitement tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek. Hasil uji sobel juga membuktikan bahwa kepribadian merek berpengaruh terhadap loyalitas merek dimediasi kepuasan pelanggan. Kedepannya hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap sistem pemasaran Starbucks, yaitu dalam meningkatkan loyalitas merek salah satunya melalui kepribadian merek.

.....The purpose of this research is to understand the impact of brand personality on brand loyalty mediated by customer satisfaction on customer of Starbucks Margo City Depok. The researcher has done the research on the basis of primary and secondary data. Primary data is collected by surveys method using questionnaire. The sample of this research is Starbucks Margo City rsquo s customer who have bought either food, drink or product three times at last three month. Data was analyzed using frequency table, path anlysis and sobel test on SPSS 20.

The result of this study is four dimensions of brand personality, sincerity, competence, sophistication and ruggedess, have significant impact to customer satisfaction. Whereas dimension excitement didn rsquo t have an impact on customer satisfaction. Variable customer satisfaction has a significat impact on brand loyalty. The result of sobel test proved the impact of brand personality on brand loyalty mediated by customer satisfaction. On the future the result of this study can be used as an evaluation for marketing system of Starbucks, that is to increase brand loyalty on of them through brand personality.