

Pengaruh kepercayaan terhadap Consumer-Generated Media (CGM) dan efeknya kepada brand loyalty: studi kasus: website dan aplikasi zomato = The influence of trust on Consumer-Generated Media (CGM) and its impact to brand loyalty: study case: zomato website and application

Sinta Ramani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20474314&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan antara kepercayaan dengan loyalitas. Sebelumnya, penelitian ini juga meneliti factor-faktor yang dianggap mempengaruhi kepercayaan itu sendiri. Dengan menggunakan studi kasus website dan aplikasi Zomato, penelitian ini menemukan bahwa ada hubungan yang signifikan secara positif antara kredibilitas sumber, dan kualitas informasi, dengan kepercayaan. Penelitian ini juga menemukan ada nya hubungan negative yang signifikan antara kemampuan serta pengalaman pengguna, dengan kepercayaan. Selanjutnya, saat kepercayaan tersebut di uji kepada dua dimensi dari brand loyalty, yaitu variabel word of mouth dan revisit intention, hasil penelitian ini membuktikan ada nya hubungan positif yang signifikan antara kepercayaan, dengan kedua dimensi tersebut. Sementara untuk uji hubungan antara kepuasan konsumen, dan kualitas website, memiliki pengaruh yang tidak signifikan dengan kepercayaan.

.....This research investigates the connection between trust and brand loyalty. This research also look for factors that affects trust itself. With Zomato website and application as the object, this study found a significant connection in positive way between source credibility, and information quality, with trust. This research also found a positive significant connection between trust and the dimension of Brand Loyalty Word of mouth and Revisit Intention. However, this study also finds out the connection between User Experience and Proficiency, with trust have a negative significant bond. Lastly, the study finds there is no significant connection between user satisfaction and website quality, with trust.