

Pengaruh rebranding terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (Studi pada konsumen gojek di Jabodetabek) = The Effects of rebranding towards customer loyalty through customer satisfaction (Study Case on Gojek's Consumers in Jabodetabek)

Fawaz Imam Subkhi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20507081&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kegiatan rebranding terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada konsumen Gojek di Jabodetabek. Berangkat dari tujuan tersebut, penelitian ini memiliki dua hipotesis: kegiatan rebranding memengaruhi kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan memengaruhi loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik regresi linier sederhana. Responden dari penelitian ini merupakan 116 konsumen Gojek yang pengambilan datanya dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan rebranding secara positif memengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang positif. Hal ini terlihat dari tingginya tingkat kepuasan responden terhadap produk/layanan yang diberikan oleh Gojek yang berimplikasi pada tingginya jawaban responden yang percaya pada kualitas produk/layanan Gojek dan setuju untuk kembali menggunakan Gojek di masa depan.

.....This study aims to analyze the effect of rebranding activities on customer loyalty through customer satisfaction on Gojek consumers in Jabodetabek. Departing from these objectives, this study has two hypotheses: rebranding activities affect customer satisfaction, and customer satisfaction affects customer loyalty. This research uses quantitative methods with simple linear regression techniques. Respondents of this study were 116 Gojek consumers whose data was collected through online questionnaires. The results showed that rebranding activities positively influenced customer loyalty through positive customer satisfaction. The results can be seen from the high level of respondent satisfaction with the products/services provided by Gojek which implied to the substantial amount of respondents who believe in the quality of the product/service provided by Gojek and agree to using Gojek again in the future.