

Pengaruh Program Loyalty dan Brand Loyalty terhadap Word of Mouth dan Kesiediaan untuk membayar lebih (Analisis dari Customer KALBE Nutritionals) = The Effect of Program Loyalty and Brand Loyalty on Word of Mouth and Willingness to Pay More (Analysis from Kalbe Nutritionals Customer)

Maria Jayanti G, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920532573&lokasi=lokal>

Abstrak

Program loyalty adalah salah satu taktik yang disesuaikan perusahaan untuk menjadi organisasi yang sukses dan memiliki keuntungan, dimana hal tersebut sangat penting dalam melakukan bisnis saat ini di pasar yang kompetitif. Berbagai jenis program value dari keanggotaan program loyalty dapat mempengaruhi kesetiaan kepada program, brand loyalty, dan respon perilaku, termasuk dari word of mouth, dan kemauan untuk membayar lebih. Penelitian ini akan mengkaji program value (hadiah yang menarik, pengetahuan yang bermanfaat, dan upaya yang diperlukan) dari KALBE Family Reward Card sebagai program loyalty yang memberikan dampak pengalaman yang menguntungkan, sedangkan pengalaman yang menguntungkan mempunyai pengaruh kepada program loyalty, brand loyalty, dan respon perilaku, termasuk dari word of mouth, dan kemauan untuk membayar lebih. Penelitian menunjukkan bahwa KALBE Family Reward Card memiliki nilai program yang berdampak menguntungkan experiential, manfaat pengalaman ini memberi dampak ke program loyalty dan brand loyalty, dan juga dampak dari word of mouth dan kemauan untuk membayar lebih perilaku.

.....Program Loyalty is one of the tactics that companies has adapted to an organizational success and profit which are critical in conducting business in todays competitive market. The different types of value customers derive from Program Loyalty membership could influence loyalty to the program, loyalty to the brand, and behavioral responses, including word of mouth, and willingness to pay more. This research will examine the program value (reward attractiveness, knowledge benefit,and required effort) of KALBE Family reward card as the Program Loyalty give impact to experiential benefit, whereas experiential benefit influence loyalty to the program, loyalty to the brand, and behavioral responses, including word of mouth, and willingness to pay more. The research indicates that the KALBE Family reward card has program value that impact to experiential benefit, this experiential benefit give an impact to Program Loyalty and Brand Loyalty, and also the impact on word of mouth and willingness to pay more behaviour.