

Analisis program Experiential Marketing pada PT. Garuda Indonesia = Analysis of experiential marketing program on PT Garuda Indonesia

Erik Horatian, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20298865&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang efektivitas program Garuda Indonesia Experience dalam hal peningkatan kepuasan dan loyalitas penumpang. Program Garuda Indonesia Experience disusun berdasarkan konsep experiential marketing oleh schmitt (1999). Dalam penelitian ini terlihat adanya hubungan yang positif secara signifikan antara experiential marketing dengan kepuasan serta loyalitas pelanggan. penelitian ini menyimpulkan bahwa program Garuda Indonesia Experience terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas penumpang

Abstract

This research talking about the efectivity of Garuda Indonesia Experience program in term of increasing satisfaction and loyalty to the Garuda Indonesia passenger. This program has been build by the concept of Experiential Marketing from Schimtt (1999). Some finding in this research are the positive connection beetwen experiential marketing and customer loyalty. This research conclude that the Garuda Indonesia Experience program could increase the loyalty of Garuda Indonesia passenger.