

Peran Social Media dalam membangun ikatan dengan konsumen guna memperoleh loyalitas terhadap perusahaan jasa penerbangan (studi kasus : PT. Indonesia AirAsia)

Stephanie Angelica, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20302527&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Penelitian ini ingin mengetahui proses terjadinya sebuah loyalitas dari pelanggan melalui penerapan strategi relationship marketing dan penggunaan social media. Strategi pemasaran yang bertujuan mencapai kepuasan pelanggan dan berujung pada loyalitas pelanggan terhadap perusahaan dibutuhkan untuk mempertahankan pelanggan dalam jangka waktu lama. Oleh karena itu, faktor-faktor yang memengaruhi interaksi antar pelanggan dengan perusahaan, antar pelanggan dengan pelanggan baik secara fisik maupun dalam dunia digital, proses pembentukan ikatan antara pelanggan dengan perusahaan melalui penggunaan social media, faktor-faktor yang menciptakan kepuasan pelanggan, serta unsur-unsur penerapan strategi relationship marketing untuk membuat pelanggan menjadi loyal menjadi penting untuk diketahui. Berdasarkan hasil penelitian ini, didapatkan lima tahap proses customer bonding yang dapat membuat pelanggan menjadi loyal terhadap perusahaan.

ABSTRACT

The objective of this research is to find out how customer loyalty is established through relationship marketing application. In order to achieve long term customer and cultivate their loyalty, a company needs to have a marketing strategy which enables them to achieve customer satisfaction, which eventually will lead to loyalty establishment. Therefore it is important to acknowledge the variables affecting customer satisfaction, loyal customer behavior in real world as much as in digital world, the process of establishment between customer and company through social media, the aspects of creating customer satisfaction, and the aspects of relationship marketing implementation in achieving customer loyalty. Based on the research, the author found five stages relationship marketing strategy processes customer bonding to enable the achievement of customer loyalty