

ABSTRAK

Puspita Aprilia (1404636) “PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA (*Survey Terhadap Pengguna Motor Yamaha Yang Merupakan Followers Akun Instagram Yamahaindonesia*)” dibawah bimbingan Dr. Chairul Furqon, S.Sos. MM dan Dr.H. Mokh. Adib Sultan, S.T., M.T.

Penurunan jumlah penjualan Yamaha Indonesia selama 6 tahun terakhir, mengindikasikan bahwa loyalitas pelanggan sepeda motor merek Yamaha yang masih rendah. Untuk meningkatkan loyalitas, dibutuhkan kerelaan pelanggan untuk mendukung perusahaan jangka panjang yang merupakan akibat dari keterikatan hubungan pelanggan dengan suatu merek yang disebut *Customer Engagement*. Oleh karena itu, penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya pengaruh *Customer Engagement* terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini dilakukan terhadap pengguna sepeda motor Yamaha yang merupakan *followers* akun instagram Yamahaindonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran *Customer Engagement* Yamaha, untuk mengetahui tahapan loyalitas pelanggan sepeda motor merek Yamaha serta untuk mengetahui pengaruh antara *Customer Engagement* terhadap loyalitas pelanggan sepeda motor merek Yamaha. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, dan verivikatif. Kuesioner diberikan kepada 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah koefisien korelasi pearson product moment dan analisis regresi sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gambaran *Customer Engagement* dan Loyalitas Pelanggan berada pada Kategori Tinggi. Hasil penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa *customer Engagement* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management, Customer Engagement, Loyalitas Pelanggan.*

Puspita Aprilia, 2018

PENGARUH *CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Puspita Aprilia (1404636) "THE EFFECT OF CUSTOMER ENGAGEMENT TOWARDS YAMAHA MOTORCYCLE'S CUSTOMER LOYALTY (The Survey Towards Yamaha Motorcycle's Users Whose Follow Instagram Account Yamahaindonesia) " Supervised by Dr. Chairul Furqon, S.Sos. MM and Dr.H. Mokh. Adib Sultan, ST, MT

The decline in the number of sales of Yamaha Indonesia over the past 6 years, indicates that the loyalty of Yamaha brand motorcycle customers are still low. To increase loyalty, it takes customer willingness to support long-term company which is the result of customer relationship ties with a brand called Customer Engagement. therefore, this study is intended to determine the influence of Customer Engagement on Customer Loyalty. This research is conducted on Yamaha motorcycle users who are followers of Yamahaindonesia instagram account. The purpose of this research is To know the description of Customer Engagement Yamaha, to know the stages of customer loyalty motorcycle brand Yamaha, and to know the influence between Customer Engagement to customer loyalty Yamaha motorcycle brand. The research method used in this research is descriptive and verivikative. The questioners are given to 100 respondents. The analysis technique used is Pearson product moment correlation coefficient and simple regression analysis. The results of this study indicate that Customer Engagement and Customer Loyalty are in High Categories. Other results also show that customer Engagement has a positive and significant influence on customer loyalty.

Keywords: Customer Relationship Management, Customer Engagement, Customer Loyalty.

Puspita Aprilia, 2018

PENGARUH CUSTOMER ENGAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SEPEDA MOTOR MEREK YAMAHA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu