

ABSTRAK

PENGARUH PENGALAMAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN *SMARTPHONE* XIAOMI (Studi Pada Komunitas Mi Fans Lampung)

Oleh :

DENDI FRATAMA

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat dan penggunaan *Smartphone* yang semakin massif menyebabkan setiap perusahaan *Smartphone* selalu berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan tetap berada dalam satu merek. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman merek terhadap loyalitas pelanggan *Smartphone* Xiaomi ini menggunakan pendekatan survei dengan menyebarkan kuesioner online kepada 300 orang anggota komunitas Mi Fans Lampung dengan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS software versi 20. Penelitian menemukan bahwa pengalaman merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Komunitas MI Fans Lampung. Penelitian ini semakin menguatkan perusahaan *smartphone* untuk menciptakan pengalaman merek yang berkesan.

Kata kunci: Pengalaman Merek, Loyalitas Pelanggan, Xiaomi

ABSTRACT

THE EFFECT THE BRAND EXPERIENCE ON XIAOMI SMARTPHONE CUSTOMER LOYALTY (A Study on Mi Fans Lampung Community)

Dendi Fratama

The development of technology is increasing and the use of Smartphones is increasing massively causing every Smartphone company to always innovate to meet the needs and consumer desires, so that consumers will remain in the same brand. This study was conducted to find out the effect of brand experience on Xiaomi smartphone customer loyalty. This used a survey approach by distributing online questionnaires to 300 members of the Mi Fans Lampung community using the purposive sampling technique. The data was analyzed by the multiple linear regression using SPSS software version 20. The researcher found that brand experience affected customer loyalty in the MI Fans Lampung Community. Furthermore, this study strengthened smartphone companies to create a memorable brand experience.

Keywords: Brand Experience, Customer Loyalty, Xiaomi