

Аналіз соціальних зв'язків на лояльність клієнтів: посередницький вплив задоволення та прихильності

Тактика соціальних зв'язків допомагає компаніям та клієнтам будувати відносини, зосереджуючи увагу на підтримці відносин та особистій взаємодії. Дослідження було проведено з метою визначення ефективності впливу задоволення споживачів на зв'язок між довірою, іміджем бренду, соціальними зв'язками та лояльністю споживачів, а також оцінки прихильності споживачів як фактора впливу на прикладі банку BNI в провінції Південно-Східне Сулавесі, Індонезія. Цільову вибірку було використано для відбору 152 респондентів, вимогою до яких було бути віком від 17 років і бути клієнтами компанії принаймні протягом останніх шести місяців. Анкети були розподілені на основі кількості респондентів для збору первинних даних. 69 клієнтів (45,4%) були жінками, в той час як 83 клієнти (54,6%) були чоловіками. Дані було проаналізовано за допомогою моделювання структурними рівняннями. Результати показали, що соціальні зв'язки, думка про бренд та довіра впливають на задоволення клієнтів. Крім того, прихильність та задоволення мають позитивний вплив на лояльність клієнтів, на що впливають соціальні зв'язки на рівні 0,137 з р-значенням 0,008 і задоволеність клієнтів на рівні 0,117 з р-значенням 0,043. Прихильність має позитивний вплив на задоволення клієнтів і лояльність клієнтів, і що задоволення клієнтів є важливим фактором. Це вказує на те, що підвищення прихильності клієнтів, іміджу бренду, соціальних зв'язків, довіри споживачів і задоволення може сприяти підвищенню рівня лояльності. Побудова більш міцних соціальних зв'язків сприятиме залученню більш лояльних, задоволених постійних клієнтів.

Ключові слова: довіра, імідж бренду, соціальні зв'язки, прихильність, задоволення клієнтів, лояльність клієнтів

Класифікація JEL: M31, M21, O14



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.