

ABSTRAK

Di Indonesia, pasar *online mobile games* mengalami perkembangan yang cukup pesat. Pasar yang begitu besar, dengan pendapatan yang begitu fantastik akan mengundang banyak *developer* untuk bermigrasi ke platform *online mobile game*. Dengan adanya ribuan *developer* yang bersaing dalam pasar *online mobile game* tersebut, maka untuk bisa bertahan merupakan tantangan yang sangat sulit untuk dilalui. Meningkatkan loyalitas konsumen merupakan kunci keunggulan bersaing dalam situasi yang penuh persaingan. Loyalitas konsumen akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *consumer product involvement* terhadap *consumer brand engagement* pada konsumen *Lets Get Rich*. Untuk mengetahui pengaruh *brand usage duration* terhadap *consumer brand engagement* pada konsumen *Lets Get Rich*. Untuk mengetahui pengaruh *brand experience* terhadap kepuasan pada konsumen *Lets Get Rich*. Untuk mengetahui pengaruh *consumer brand engagement* terhadap loyalitas konsumen *Lets Get Rich*. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen *Lets Get Rich*. Penelitian ini menggunakan sampel 230 orang pengguna game *Lets Get Rich* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode SEM AMOS untuk menganalisa data.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *consumer product involvement* berpengaruh terhadap *consumer brand engagement* pada konsumen *Lets Get Rich*, *brand usage duration* berpengaruh terhadap *consumer brand engagement* pada konsumen *Lets Get Rich*, *brand experience* berpengaruh terhadap kepuasan pada konsumen *Lets Get Rich*, *consumer brand engagement* berpengaruh terhadap loyalitas pada konsumen *Lets Get Rich*, variabel kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen *Lets Get Rich*.

Kata Kunci: loyalitas, kepuasan, *consumer brand engagement*, *consumer product involvement*, *consumer brand usage duration*, *brand experience*

ABSTRACT

In Indonesia, online mobile games market undergo rapid growth. Large Market with fantastic income will invite many developer to migrate to online mobile games platform. With thousand of developers compete in online mobile games market, surviving is a difficult challenge to overcome. Increasing customer loyalty is the key to competitive advantage in competitive situation. Customer loyalty is the key to succes, not only in short term but also for continous competitive advantage.

The purpose of this research is to know the influence from consumer product involvement toward consumer brand engagement from Lets get rich game, to know the influence from brand usage duration toward consumer brand engagement from Lets get Rich Game, To know the influence from brand experience toward satisfaction from lets get rich game user, to know the influence from consumer brand engagement toward loyalty frm lets get rich game user, to know the influence from satisfaction toward loyalty from lets get rich game user. This research use sample from 230 lets get rich game users in indonesia. This research uses SEM AMOS method in analizing the data.

From the analysis result we can conclude consumer product involvement variable has influence over consumer brand engagement, brand usage duration variable has influence over consumer brand engagement, brand experience variable has influence over loyalty, consumer brand engagement variable has influence over loyalty, satisfaction variable have influence over loyalty

Keyword: loyalty, satisfaction, consumer brand engagement, consumer product involvement, consumer brand usage duration, brand experience