

SUMMARY

ANALISIS PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY YANG DIMEDIASI OLEH CUSTOMER SATISFACTION

(Studi kasus: Distributor Lenovo Indonesia PT.Visiland Dharma Sarana)

Created by JOHAN CHEYNU BRATA

- Subject** : ANALISIS PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY YANG DIMEDIASI OLEH CUSTOMER SATISFACTION
(Studi kasus: Distributor Lenovo Indonesia PT.Visiland Dharma Sarana)
- Subject Alt** : ANALISIS PENGARUH RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP CUSTOMER LOYALTY YANG DIMEDIASI OLEH CUSTOMER SATISFACTION
(Studi kasus: Distributor Lenovo Indonesia PT.Visiland Dharma Sarana)
- Keyword :** : Relationship Marketing, Customer Satisfaction, dan Cutomer Loyalty

Description :

penelitian mengenai pengaruh relationship marketing terhadap customer loyalty yang dimediasi oleh customer satisfaction pada studi kasus Distributor Lenovo Indonesia PT.Visiland Dharma Sarana. (Pembimbing : Lia Amalia).

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), dan rancangan cross sectional study yang bersifat kuantitatif. Dimana pada penelitian ini, digunakan kuesioner dengan menggunakan alat ukur yang dirancang berdasarkan skala Likert. Data yang diperoleh kemudian akan di uji validitas dan reliabilitasnya sebelum diolah lebih lanjut dengan menggunakan analisis jalur (path analysis).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh relationship marketing pada customer loyalty dengan dimediasi oleh customer satisfaction. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 responden, metode pengambilan sampel dengan probability sampling dengan menggunakan simple random sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel relationship marketing yang terdiri dari trust, komunikasi, dan Emphati berpengaruh positif terhadap customer satisfaction tetapi relationship marketing tidak berpengaruh terhadap customer loyalty.

Relationship marketing berpengaruh terhadap customer loyalty yang dimediasi oleh customer satisfaction. Oleh karena itu, strategi relationship marketing yang dijalankan harus mampu memberikan satisfaction pada konsumen, karena customer satisfaction memediasi relationship marketing dalam menciptakan customer loyalty.

Kata kunci :

Relationship Marketing, Customer Satisfaction, dan Cutomer Loyalty

Date Create : 18/10/2014

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-undergraduit_2010-11-077
Collection : undergraduit_2010-11-077
Source : Undergraduate these economy of faculty
Relation Collection Universitas Esa Unggul
COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : copyright2014@esaunggul

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor