

## SUMMARY

# PERANCANGAN MODEL DAN STRATEGI LOYALITAS PELANGGAN PADA INDUSTRI JASA DI INDONESIA

Created by Dra.Suryari Purnama, MM

**Subject** : STRATEGI, LOYALITAS PELANGGAN, INDUSTRI JASA  
**Subject Alt** : STRATEGY, CUSTOMER LOYALTY, INDUSTRIAL SERVICES  
**Keyword** : loyalitas;kualitas relasional;nilai relasional;pemasaran relasional;pemasaran jasa

### Description :

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk membantu industri jasa agar dapat mengetahui model yang membentuk loyalitas pelanggan, sehingga industri ini dapat menentukan aplikasi strategi yang sesuai berdasarkan pemodelan loyalitas pelanggan. Penelitian ini meneliti peranan nilai relasional sebagai variable mediasi antara kualitas relasional sebagai antecedent dan perilaku loyalitas sebagai konsekuensi. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan solusi terhadap gap theory dalam perspektif pemasaran relasional, dimana sebagian ilmuan berpendapat bahwa kualitas relasional memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku loyalitas, sedangkan ilmuan lainnya berpendapat bahwa nilai relasional adalah pemicu dari perilaku loyalitas. Rancangan penelitian bersifat kausalitas-eksplanatoris. Metode pengumpulan data adalah survey. Jenis data berbentuk primer berupa data subyek yang menyatakan persepsi, opini, sikap, pengalaman, atau karakteristik subyek penelitian secara individual. Dimensi waktu adalah one shot study. Responden penelitian adalah mahasiswi di lingkungan Universitas Esa Unggul dengan jumlah 200. Unit analisis adalah individu. Metode yang dipakai dalam pengolahan data adalah menggunakan Structural Equation Modeling (SEM), dengan perangkat lunak LISREL 8.72 dan SPSS 16 yang menghasilkan suatu model yang merupakan representasi dari teori. Implikasi penelitian ini akan menghasilkan temuan dan luaran sebagai berikut : pertama, terbentuknya model loyalitas pelanggan yang tercermin dari relasional yang berkualitas dari konsumen. Kedua, Pembentukan strategi dan kebijakan melalui metode yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui relasional yang berkualitas dan mempunyai nilai bagi pelanggan. Ketiga, luaran penelitian ini akan dilakukan diseminasi informasi hasil penelitian pada Seminar Tingkat Nasional. Keempat, hasil penelitian akan dipublikasikan melalui Jurnal Terakreditasi Nasional yaitu Jurnal Ventura STIE Perbanas Surabaya.

**Contributor** : Nina Nurhasanah, SE, MM  
**Date Create** : 17/12/2015  
**Type** : Text  
**Format** : PDF  
**Language** : Indonesian  
**Identifier** : UEU-Research-0306026601\_100615  
**Collection** : 0306026601\_100615  
**Source** : LAPORAN AKHIR HIBAH BERSAING  
**Relation Collection** Fakultas Ekonomi  
**COverage** : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul  
**Right** : @2015 LPPM

**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