

SUMMARY

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DI BIDANG RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS UNTUK MOBIL TOYOTA 2000CC KE ATAS PADA AUTO 2000 JL. RAYA PLUIT SELATAN NO. 6, PLUIT JAKARTA UTARA)

Created by Togar Ady Syahputra Tampubolon

Subject : Pengaruh Kualitas Pelayanan di bidang Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian

Subject Alt : Pengaruh Kualitas Pelayanan di bidang Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian

Keyword : Kualitas Pelayanan; bidang Relationship Marketing; Keputusan Pembelian;

Description :

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara Trust, Bonding, Communication, Shared Value, Emphaty, dan Reciprocity terhadap Keputusan Pembelian pada Auto2000 Pluit secara simultan dan parsial.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi lapangan dengan melakukan survey dan studi pustaka. Data primer dikumpulkan dari 83 responden dengan menyebar kuisioner.

Berdasarkan hasil diskriminan maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan faktor Trust, Bonding, Communication, Shared Value, Emphaty, dan Reciprocity tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan secara parsial Trust, Bonding, Communication, Shared Value, dan Emphaty berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan hanya Reciprocity yang tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Date Create : 05/10/2013

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-2010 - 11 - 072

Collection : 2010 - 11 - 072

Source : Perpustakaan Esa Unggul

Relation Collection Universitas Esa Unggul

COverage : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : Copyright @2013 by UEU Library

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