

SUMMARY

CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING PENGARUHNYA TERHADAP KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN

Created by YOSSUA MIKHAIL HADIWIJAYA

Subject : Customer relationship marketing, Kepercayaan, Loyalitas pelanggan

Subject Alt : Customer relationship marketing, Trust, Customer loyalty

Keyword : Customer relationship marketing, Kepercayaan, Loyalitas pelanggan

Description :

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Customer relationship marketing pengaruhnya terhadap kepercayaan, dan juga untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan serta untuk mengetahui pengaruh customer relationship marketing terhadap loyalitas pelanggan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Path Analysis. Penelitian ini meneliti responden sebanyak 55 responden yang merupakan pelanggan yang telah menggunakan produk-produk dari PT. Kaindo Nirmala Cemerlang. Dari hasil analisis penelitian ini menunjukkan pengaruh antara variabel Customer Relationship Marketing terhadap variabel Kepercayaan, dapat diperoleh kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan. Dan Dari hasil analisis pengaruh antara variabel Kepercayaan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan, dapat diperoleh kesimpulan bahwa Customer Relationship Marketing terbukti secara signifikan dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan. Jadi saat performa Customer Relationship Marketing semakin meningkat, maka Loyalitas Pelanggan juga akan meningkat.

Contributor : Rina Anindita

Date Create : 05/04/2017

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-201211335

Collection : 201211335

Source : Undergraduate Theses of Management

Relation Collection Fakultas Ekonomi dan Bisnis

COverage : Civitas Akademi Universitas Esa Unggul

Right : @perpustakaan Universitas Esa Unggul

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