

Dampak dari Taktik Relationship Marketing pada Kualitas Hubungan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Giant Supermarket di kota Semarang)

SEKAR GALIH SARI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : sekargalih Sari

ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan yang ketat pada sektor jasa, perusahaan harus dapat menjalankan konsep pemasaran yang tepat, bagaimana perusahaan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan. Produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang dapat memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis taktik manakah yang memberikan kontribusi positif pada loyalitas pelanggan Giant supermarket di Kota Semarang dan untuk mengetahui sejauh mana dampak dari taktik hubungan pemasaran pada loyalitas pelanggan Giant supermarket di Kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Giant supermarket di Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive atau judgemental sampling. Teknik analisis data menggunakan SEM. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: a) Kualitas pelayanan yang tinggi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. b) Kualitas pelayanan yang tinggi berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan. c) Harga yang rasional berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. d) Harga yang rasional berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. e) Citra merk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. f) Citra merk berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan. g) Kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. h) Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Kata Kunci : kualitas pelayanan, harga, citra merek, kepuasan, kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan

Impact of Relationship Marketing Tactics on Relationship Quality and Customer Loyalty (Studies in Giant Supermarket Semarang)

SEKAR GALIH SARI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : sekargalih Sari

ABSTRACT

In the face of stiff competition in the services sector , companies must be able to execute the right marketing concept , how the company can provide a quality service in line with expectations so as to give customer satisfaction . Products or services that can satisfy a product or service that can provide something sought by consumers to the extent reasonably . The purpose of this study was to analyze the tactic Which contributes positively to customer loyalty Giant supermarket Semarang and to determine the extent of the impact of relationship marketing tactics on customer loyalty Giant supermarket in the city of Semarang . Population in this research is that consumers Giant supermarket Semarang . Using purposive sampling techniques or judgmental sampling . Analysis using SEM . The results of this study it can be concluded that : a) quality of service are influence related to customer satisfaction . b) service quality are influence to customer trust . c) a reasonable price are influence to customer satisfaction . d) price are influence to customer satisfaction . e) brand image are influence to customer satisfaction . f) the brand image influence to customer trust . g) Customer trust influence to customer loyalty . h) Customer satisfaction nare influence to customer loyalty

Keyword : quality of service , price , brand image , satisfaction , customer trust and customer loyalty