

Pengaruh atribut produk terhadap loyalitas pelanggan : studi pada pengguna Samsung Galaxy's Advance untuk Samsung seri Galaxy =
The effect of product attributes toward customer loyalty : study on Samsung Galaxy's Advance users for Samsung Galaxy series

Pohan, Edwin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20330497&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 pengguna Samsung Galaxy S Advance di wilayah Jakarta Pusat dengan menggunakan metode non-probability serta teknik purposive sampling. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan regression. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 5,5 persen sedangkan 94,5 persen dipengaruhi faktor lain.

The objective of this research is to know the effect of product attributes toward customer loyalty. This research takes the quantitative approach. The sampels for this research are 100 Samsung Galaxy S Advance users in the area of Central Jakarta using non probability sampling and purposive technique. Instruments used in this research is questionnaire and analyzed with regression The result of this research shows that product attribute has effect toward customer loyalty, as much as 5,5 percent while other factors affect as much as 94,5 percent.