

ABSTRAK

Nama : Erica
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Atribut-atribut dari Program Pembinaan Loyalitas Pelanggan terhadap Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan Toko.
(Studi Kasus: New Matahari Club Card)

Penelitian ini membahas tentang pengaruh atribut-atribut dari program pembinaan loyalitas pelanggan terhadap kesetiaan dan kepuasan pelanggan toko. Penelitian ini juga menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan toko terhadap kesetiaan pelanggan toko. Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan desain eksploratori dan deskriptif. Penelitian dilakukan terhadap 100 orang anggota program New MCC yang diambil secara *convenience*. Data yang telah terkumpul akan diolah menggunakan SPSS 11.5 dengan teknik analisis regresi sederhana dan berganda. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa program pembinaan loyalitas pelanggan mempengaruhi kesetiaan dan kepuasan pelanggan toko secara signifikan. Begitu juga dengan kepuasan pelanggan toko terbukti signifikan mempengaruhi kesetiaan pelanggan toko. Regresi berganda dilakukan untuk menganalisis atribut-atribut dari program pembinaan loyalitas pelanggan secara individu, yaitu atribut *hard* dan *soft* yang memberikan informasi spesifik mengenai dampak yang berbeda pada kepuasan serta kesetiaan pelanggan toko. Pada akhirnya, pengelola program pembinaan loyalitas pelanggan harus menentukan proporsi atribut *hard* dan *soft* yang tepat, serta memperhatikan kepuasan pelanggan toko sehingga dapat menciptakan kesetiaan pelanggan toko.

Kata kunci: program pembinaan loyalitas pelanggan, kesetiaan pelanggan toko, kepuasan pelanggan toko, pemasaran relasional, ritel.

ABSTRACT

Name : Erica

Study Program: Management

Title : The Influence of Loyalty Program Attributes to Store Satisfaction and Store Loyalty.

(Case Study: New Matahari Club Card)

This focus of this research is the influence of loyalty program to store loyalty and store satisfaction. This study also examined the influence of store satisfaction to store loyalty. In this study, researcher used exploratory and descriptive design research. The sample is 100 members of New MCC program with convenience sampling method. The collected data analyzed by using SPSS 11.5 with simple and multiple regression techniques. Overall, the results of this study suggest that loyalty program can influence store loyalty and store satisfaction significantly. The result of this research also show that store satisfaction influence store loyalty significantly. The multiple regression analyzed loyalty program as an individual (disaggregate), which are hard and soft attributes. The results of multiple regression show greater specificity about hard and soft attributes impacts on store satisfaction and store loyalty. Finally, loyalty program planners and managers should develop the right mix of loyalty program attributes needed and pay attention to store satisfaction to foster store loyalty.

Key words: loyalty program, store loyalty, store satisfaction, relationship marketing, retail.