

Pengaruh kinerja bauran pemasaran terhadap kesetiaan konsumen pada perusahaan pembiayaan (kasus pada PT BFI Finance Indonesia Tbk.)

Siregar, Selvi Rama, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20339698&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bermaksud untuk mengukur pengaruh kinerja bauran pemasaran terhadap kesetiaan konsumen pada perusahaan pembiayaan. Variabel penelitian tercliri atas: produk, hargafbiaya, lokasi, promosi, orang, bukti Bsik dan proses. Sampel penelitian sejumlah 300 responden dengan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda (multi regression). Hasil penelitian menunjuklcان bahwa kinerja bauran pernasaran secara simultan berpengaruh 42.1% terhadap kesetiaan konsumen pada peusahaan pembiayaan dan falctor yang secara signiikan berpengaruh adalah faktor produk, diikuti oleh faktor proses, harga dan promos.....The focus of this study is to measure the influence of marketing mix performance on customer loyalty in the multiinance company. The independent variables in this research are : product, price, place, promotion, people, physical evidence and process. To collect data, we use survey method and depth interview to 300 respondents and as a mcthode analysis, we use multiple regression analysis. The result of the research shows that marketing mix perfonnanc has 42.1% influence on customer loyalty in multifmance company, and the factors that significantly influence are: product, followed by process, price then promotion.