Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FPSI

HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS KONSUMEN IPHONE DI PT NEO PRIMERINDO UTAMA

Miftah Shudur

Deskripsi Lengkap: http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=77980&lokasi=lokal

---

Abstrak

Indonesia dikenal sebagai target pasar smartphone yang dipasarkan secara internasional. Dinamika persaingan di setiap perusahaan mulai terlihat dari berbagai cara. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting membentuk kepercayaan pada konsumen dalam menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya, sehingga akan terbentuknya loyalitas terhadap perusahaan. CV Neo Primerindo sebuah perusahaan bergerak di bidang elektronik yang memiliki lebih dari seribu pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan kepercayaan dan loyalitas terhadap konsumen pengguna iPhone. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 233 pelanggan di CV Neo Primerindo. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini yaitu Customer Trust Scale (CTS) yang mengukur mengenai kepercayaan konsumen dengan nilai alpha Cronbach sebesar 0.920 dan Customer Loyalty (CL) digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen memiliki nilai alpha Cronbach sebesar 0.968. Penelitian ini menggunakan metode analisa korelasi dengan aplikasi SPSS versi 25. Berdasarkan hasil analisa korelasi yang dilakukan antara kepercayaan konsumen dengan loyalitas konsumen didapatkan nilai signifikan sebesar 0.000 ($p<0.05$) artinya Ha diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen.