

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2022

Enny Susilowati

120.2017.077

Pengaruh Kualitas Produk, Customer Bonding, dan Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Konsumen Whiskas Pemilik Kucing Pada Pengguna Twitter Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam.

144 halaman + xvii halaman + 17 tabel + 5 gambar dan 3 lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *customer bonding*, dan pemasaran relasional terhadap loyalitas pelanggan serta tinjauannya dari sudut pandang islam. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen produk Whiskas pemilik kucing pada pengguna Twitter sebagai makanan utama kucing mereka dengan jumlah sampel sebanyak 179 orang. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (2) secara parsial *customer bonding* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (3) secara parsial pemasaran relasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. (4) secara simultan seluruh variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam pandangan islam apabila ingin meningkatkan loyalitas pelanggan, hal yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah meningkatkan kualitas produk, *customer bonding*, dan pemasaran relasional sesuai ajaran dan syariat-syariat islam agar mendapatkan keuntungan dan keberkahan.

Kata kunci: *Kualitas Produk, Customer Bonding, Pemasaran Relasional, Loyalitas Pelanggan, Islamic.*

ABSTRACT

*Faculty Of Economy And Bussiness
Study Program S-1 Management
2022*

Enny Susilowati
120.2017.077

The Influence of Product Quality, Customer bonding and Relationship Marketing on Customer Loyalty on Whiskas Consumers Cat Owners on Twitter Users and from an Islamic point of view.

144 pages + xvii pages + 17 tables + 5 pictures and 3 attachments

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality, customer bonding, and relationship marketing on customer loyalty and its review from an Islamic point of view. The sample used in this study were consumers of Whiskas of cat owners on Twitter users as their cat's main food with total of 179 sample. Methods of data collection by using a questionnaire. The data analysis method used is multiple regression analysis.

The results showed that: (1) partially product quality had a positive and significant effect on customer loyalty. (2) partially customer bonding had a negative and significant effect on customer loyalty. (3) partially relationship marketing had a positive and significant effect on customer loyalty. (4) simultaneously all independent variables have a significant influence on customer loyalty.

In the view of islam, if you want to increase customer loyalty, the things that can be done by the company is that the company increase product quality, customer bonding, and relationship marketing with the principles of Islamic religion in order to get benefits and blessings.

Keywords: *Product Quality, Customer Bonding, Relationship Marketing, Customer Loyalty, Islamic.*