

ABSTRACT

ALICE

1501020557

THE INFLUENCE OF LOYALTY PROGRAM ON CUSTOMER BEHAVIOR AT PT. ARIANTO DARMAWAN MEDAN

(xv + 68 pages; 6 figures; 36 tables; 9 appendixes)

The objectives of the loyalty programs are to encourage buyers to repurchase, increasing customer's satisfaction and make them not easily influenced by other offers from competitors. Customer behavior depends on the loyalty program of the company. The objectives of this research is to find out the influence of loyalty program on customer behavior at PT. Arianto Darmawan Medan.

PT. Arianto Darmawan is presently the only one of its kind in Indonesia and South East Asia that offers such a wide-ranging of quality products.

The methods used by the writer in this research is the descriptive method and causal study. Population of this research is customer of PT Arianto Darmawan Medan is 162 customers and sample in this research will be 115 customers.

The result of coefficient of determination is 0.496, which means 49.6 percent of customer behavior at PT Arianto Darmawan Medan is effected by loyalty program. Based on the Z test result, Z-count (7.56) is higher than Z- table (1.96), therefore alternate hypothesis is accepted. So, there is an influence of loyalty program on customer behavior.

Based on the research results of research of the company, the recommendations of this research would be improve the loyalty program by paying attention to the customers feeling of their status, Then, the company also need to improve the loyalty program by giving identification to the old customers. In addition, the company must have any competitive advantage and company also must give more benefits for those who have used their products for long time.

Keywords: Loyalty Program, Customer Behavior, Promotion.

References: 55

ABSTRAK

ALICE

1501020557

THE INFLUENCE OF LOYALTY PROGRAM ON CUSTOMER BEHAVIOR AT PT ARIANTO DARMAWAN MEDAN

(xv + 68 halaman; 6 figures; 36 tabel; 9 lampiran)

Tujuan dari program loyalitas adalah untuk mendorong pembeli untuk membeli kembali, meningkatkan kepuasan pelanggan dan membuat mereka tidak mudah dipengaruhi oleh penawaran lain dari pesaing. Perilaku pelanggan tergantung pada program loyalitas perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh program loyalitas terhadap perilaku pelanggan di PT. Arianto Darmawan Medan.

PT. Arianto Darmawan saat ini adalah satu-satunya di Indonesia dan Asia Tenggara yang menawarkan beragam produk berkualitas.

Metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan studi kausal. Populasi penelitian ini adalah pelanggan PT Arianto Darmawan Medan sebanyak 162 pelanggan dan sampel dalam penelitian ini adalah 115 pelanggan.

Hasil koefisien determinasi adalah 0,496, yang berarti 49,6 persen perilaku pelanggan di PT Arianto Darmawan Medan dipengaruhi oleh program loyalitas. Berdasarkan hasil uji Z, Z-hitung (7,56) lebih tinggi dari Z-tabel (1,96), oleh karena itu hipotesis alternatif diterima. Jadi, ada pengaruh program loyalitas terhadap perilaku pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian dari penelitian perusahaan, rekomendasi dari penelitian ini akan meningkatkan program loyalitas dengan memperhatikan perasaan pelanggan terhadap status mereka, Kemudian, perusahaan juga perlu meningkatkan program loyalitas dengan memberikan identifikasi kepada yang lama. pelanggan. Selain itu, perusahaan harus memiliki keunggulan kompetitif dan perusahaan juga harus memberikan lebih banyak manfaat bagi mereka yang telah menggunakan produk mereka untuk waktu yang lama.

Kata Kunci : Program Loyalitas, Perilaku Pelanggan, Promosi.

Referensi : 55