

ملخص

ديسي إيكافراتيوي. ٢٠١٥. الرسالة. العنوان: تأثير تسويق التجريبي على ولاء العملاء في مطعم ساتي Hotplet في باتو مالانج.

المشرف : الدكتور الحاج ساليما إدروس الماجستير
الكلمات الأساسية : التأثير، تسويق التجريبي، ولاء العملاء

المنافسة في الأعمال التي وقعت في عصر العولمة هي واحدة من الأسباب الرئيسية لخلق مجموعة متنوعة من المنتجات، ومجموعة من المرافق والخدمات التي يتم عرضها على أصحاب المشاريع التجارية إلى الاستهلاكية. واحدة من أهم الأشياء التي يجب القيام به لتحقيق ميزة تنافسية هو التركيز على المستهلكين. ويتم التركيز على المستهلكين من خلال النظر ومراقبة الخبرة التسويقية أو تسويق التجريبي المشعور مما أدى إلى قيمة إيجابية في أذهان المستهلكين ورفع قيمة ولاء المستهلكين. والهدف من هذا البحث لمعرفة كيف تأثير تسويق التجريبي على ولاء العملاء. من هذه الخلفية تقوم الباحثة البحث بعنوان تأثير تسويق التجريبي على ولاء العملاء في مطعم ساتي Hotplet في باتو مالانج.

المنهج المستخدم هو المنهج الوصفي. وأسلوب أخذ العينات باستخدام تقنيات الحكم بعدد العينة ١٠٥ المستطلعين. جملة المتغير المستقل أربع متغيرات، وهي المادية والفكرية والعاطفية والروحية. والمتغير التابع ولاء العملاء. إختبارات الأدوات باستخدام الصلاحية والموثوقية. وأسلب تحليل البيانات باستخدام الانحدار الخطي. أما إختبار لفرضية باستخدام إختبار الطبيعية، ومتعددة الخطية، وعدم المتجانسة، والارتباط الذاتي.

وأظهرت النتائج أن المتغيرات المستقلة في وقت واحد تؤثر تأثيراً هاماً على ولاء العملاء في مطعم ساتي Hotplet في باتو مالانج بقيم $F_{hitung} > F_{tabel}$ في $3,397 < 2,37$. جزئياً، المتغيرات التي تؤثر بشكل كبير هي الفكرية والعاطفية والروحية. أما المتغير لا يؤثر هو المادي. والمتغير الذي يؤثر تأثيراً كبيراً هو المتغير الفكرية بقيم $t_{hitung} < t_{tabel}$ $0,024 > 0,005$.