

مستخلص البحث

جنادي,عافيف 2014 رسالة جامعية . عنوان : "تحليل آثار تطبيق التسويق العلاقة ولاء العملاء ضد المرأة التعاونيةSEKARSARIمالانج.

المشرفة : يايوك سري راهايو الماجستيرة

الكلمات الرئيسية : الفوائد المالية ، والفوائد الاجتماعية والمنافع و لاء العملاء الإنشائية

وهذه الدراسة تهدف إلى تحديد العلاقة تطبيق التسويق في المرأة التعاونيةSEKARSARIمالانج الذين تنفيذ استراتيجية التسويق العلاقة في محاولة للحفاظ على رضا العملاء وولائهم . تنفيذ في هذه الاستراتيجية توفر الشركة راحة لتشمل عملاء سهولة إجراء المعاملات التعاونية ، خدمة ودية ، والتعاون مع العملاء بطرق مختلفة. لكن التعاوني تحاول قدر الإمكان من أجل توفير الفوائد لعملائها.

البحث مناهج الكمي وتشعر الدراسة مع عمق البيانات، لا تركز البحث الكمي أيضا على عمق البيانات ، وهو أمر مهم لتسجيل بيانات أكبر قدر ممكن من السكان عموما . على الرغم من أن مجتمع الدراسة كانت كبيرة ، ولكن يمكن بسهولة تحليلها، سواء من خلال الصيغ الإحصائية و أجهزة الكمبيوتر. لذلك حل مشكلة يهيمن عليه دور الإحصاءات . وفقا ل مالهوترا (2006 : 291) المذكورة في كتاب بحوث التسويق يجب أن يكون على الأقل أربعة أو خمسة أضعاف عدد من البنود السؤال. في هذه الدراسة كان هناك 11 عناصر السؤال ، وبالتالي فإن عدد العينات التي اتخذت في هذه الدراسة ، ولكن في الواقع هناك 55 عينات بسبب وجود عدد السكان هو 60 ثم أخذها في العينة الإجمالية.

وذكرت النتائج أن العلاقة التسويق وتتألف من الفوائد المالية والمزايا الاجتماعية و فوائد هيكلية تؤثر في نفس الوقت على ولاء العملاء . جزئيا ، وهناك نوعان من المتغيرات التي تؤثر على المتغيرات الهيكلية و المنافع الاجتماعية متغير يستفيد فوائد بينما المتغيرات المالية ليس لها أي تأثير على ولاء العملاء التعاونية. المتغيرات الاجتماعية يعود بالفائدة على النفوذ المهيمن على ولاء العملاء.

