

المستخلص

أوليا, فا ريزا. البحث الجا معيز ٢٠١٤ . الموضوع : تأثير العلاقات التسويقيه على ولاء العميل
المشرف : يا يوك سري راهايو الما جستر
كلمات البحث الرئيسيه : علاقات التسويق , الفوائد الهيكلية , ولاء العملاء.

في وقتنا الحالى و في ظل ظروف المنافسه الشديده فأن الكثير من مشاريع البيع بالتجزئه
تركز في استراتيجيه التسويق , ليس فقط لتشمل عميل جديد و لكن ايضا تسعى لتحافظ على
روابط الصله الطيبه مع عملائها , هذه هي احدى استراتيجيات مشروع الفاميدي مالانج , التي
اصبحت مشروع متكامل للبيع بالتجزئه قادره على التوحد مع المجتمع من خلال العلاقات
التسويقيه الجيده .

الهدف من هذا البحث هو التعريف بمختلف العلاقات التسويقيه القائمه على الفوائد
الماليه و الفوائد المجتمعيه و الفوائد الهيكلية التي تتفاعل بصوره جزئيه و متنوعه بالنسبه ل ولاء
العميل , هذا البحث يعتمد علي العينات المفاجئه و ذلك من خلال 90 عميل , التحليل
الاحصائي المستخدم هو الانحدار الخطي المتغير .

من خلال نتائج هذه الدراسه نشير الى ان العلاقات التسويقيه المتغيره المؤثره في نفس
الوقت بالنسبه لولاء العميل ذات القيمه (f) المحسوبه بقيمه 10,805 ذات اهميه 0,000 في حين
بطريقه جزئيه فأن الفوائد الماليه المتنوعه و الفوائد المجتمعيه التي هي ذات تأثير مهم بالنسبه ل ولاء
العميل هي المنافع الهيكلية ذات القيمه (t) المحسوبه بقيمه 3,548 ذات اهميه 0,001