

الملخص

المنافعة، فايزة. أطروحة عام 2012. العنوان: "تأثير الإدراك المنتج ونوعية الصابون السائل علي ولاء المستهلك (لوكس دراسة على طلاب جامعة الإسلامية الدولية مولانا مالك ابراهيم مالانج)

المشرف : إرماينت حسن, ST, MM.

كلمات البحث: تصور جودة المنتج، ولاء المستهلك

في أي وقت مضى أكثر تقدما ويستمر في النمو، ويمكن توقع أن نمط حياة الناس يعانون أيضا تغييرات كبيرة. لوكس السائل المنتج هو منتج واحد يحتوي على العديد من المزايا العملية، وهما أكثر وأكثر إنتاج الرغوة، وتوفير يشعر الفاخرة في كل حمام. ولاء المستهلك هو سلوك يقوم به أفراد مختلفين. المستهلكين أحرار في اختيار المنتجات التي يحتاجها أو المطلوب. وينبغي أن السوق باعتبارها الطرف الذي يقدم مجموعة متنوعة من المنتجات لهذا المنتج الى المستهلك يكون قادرا على تحليل العوامل التي تؤثر على المستهلكين في مستهلك الإدراك الشراء، وجودة المنتج في اختيار شيء يؤثر على الشراء بحيث المسوقين يمكن تصميم استراتيجيات التسويق وفقا لرغبات المستهلكين.

الغرض من هذه الدراسة هو تقصي وتحليل تأثير المتغيرات في وقت واحد وتصور جزئي (X_1) والهدف (X_2)، والوضع (X_3)، والامتيازات (X_4)، والموثوقية (X_5) على ولاء العملاء (Y) باستخدام الصابون السائل لوكس على طلاب جامعة الإسلامية الدولية مولانا مالك ابراهيم مالانج. تحليل البيانات باستخدام الاختبارات الانحدار المتعدد الإحصائية. من هذه النتائج، والمتغيرات المستقلة (الإدراك و جودة المنتج)، يمكن التأثير في وقت واحد على ولاء المستهلك من خلال 0.000 وأهمية هذا النموذج التحليلي شرح المتغيرات المستقلة التي تؤثر على ولاء المستهلك هو متغيرات الإدراك (X_1) مع مستوى الدلالة من 0.000، فإن الوضع (X_3) أهمية من 0002 والامتيازات (X_4) أهمية 0004، وأثناء وجود متغير. والموثوقية (X_5) أي تأثير بسبب وجود قدر كبير من 0.102 تتجاوز علي 0.10، لذلك يمكن القول أن نوعية المتغير للمنتج (X_5) لم يكن لها تأثير كبير على ولاء العملاء. في حين أن المتغيرات الإدراك المجرم (X_1) والوضع (X_3)، والامتيازات (X_4) هو تأثير المتغير الأبرز على ولاء المستهلك، وهذا يشير إلى أن إدراك المستهلك من ولاء المستهلك للمنتج الذي يفترض المستهلك لتكون قادرة على رسم خريطة للموقف من التفكير الذي هو صورة من تصورات المستهلكين. تصورات المستهلكين لمنتج يؤثر على المستهلكين شراء السلوك هو بمثابة دليل.