

## الملخص البحث

تندى كى، مايو ٢٠١٢، أطروحة عنوان تحليل العوامل المؤثرة على رضا العملاء في سوق صغيرة الفامارت في مالانغ  
المشرف : الدكتور الحاج سالم الإدريس الماجستير

الكلمات الرئيسية: العوامل, رضا العملاء, سوق صغيرة الفامارت

البحث هو تطوير تجارة التجزئة الحديثة في هذا سوق صغيرة في المجتمع. لمزيد من السنوات سوق صغيرة الفامارت تنمو بسرعة في اندونيسيا. ويعد يتزايد سخط الجمهور مع الخدمة في المعرض من قبل الفامارت. من الواضح، في العام ٢٠١٢ حصل على جائزة ل الفامارت سوبر اندز جديد عام ٢٠١٢ في فئة صغيرة صغيرة كما في معظم المجتمعات مرغو بفيه. سوبر اندز هي و كالة غير قومي أن يقيم عدد من العلامات التجارية، ووضع العلامة التجارية في أكثر من ٩٠ بلدا. وبالإضافة الى منح سوبر اندز ٢٠١٢، كما فاز بجائزة المسؤولية الاجتماعية للشركات من قبل الفامارت جائزة في عام ٢٠١١ من واحدة من وسائل الإعلام الوطنية الرائدة

هذا النوع من البحث هو البحث الكمي. أسلوب أخذ العينات التي هي بسيطة تقنيات أخذ لعينات العشوائية، ويتم أخذ عينات من السكان عشوائيا دون اعتبار للطبقات التي توجد في هذه الفئة من السكان. من ٨٥ من المستطلعين الزبائن الفامارت سوق صغيرة. لتقنيات جمع البيانات المستخدمة والمقابلات والاستبيانات. في حين أن الأدوات التحليلية المستخدمة في هذه الدراسة هو اختبار مدى صحة و مصداقية و ثقة، فضلا عن تحليل عوامل في الإصدار SPSS ١٦.٠.٠

النتيجة النهائية لهذا التحليل في الاعتبار أن هناك خمسة عوامل على رضا العملاء سوق صغيرة الفامارت في مالانغ. العامل الأول يتكون من موقع الواردة في السكن أو السكنية (X٥.١)، وموقع المنزل للمستوطنات البشرية (X٥.٣)، والاستجابة (الاستجابة) (X٢.٣)، الأدلة المادية (الملموسة) (X٢.١)، وموقعها الاستراتيجي (X٥.٢)، أما العامل الثاني يتكون من الضمان (ضمان) (X٢.٤)، على مقربة من دعم المرافق (X٥.٤)، والتعاطف (التقمص العاطفي) (X٢.٥)، وموثوقية الخدمة (الموثوقية) (X٢.٢)، أما العامل ثالث يتكون من موثوقية المنتج (الموثوقية) (X١.٢)، مقاومة أو المتانة (متانة) (X١.٣)، وتنوع المنتجات (ملايح) (X١.١)، أما العامل الرابع يتكون من السعر وفقا للجودة (X٤.٣)، وعقب سعر منافس (نفسه) (X٤.٢)، والتسعير المنافس أقل من السعر (أرخص) (X٤.١) وأقام العامل الخامس من الثقة في إعجاب الآخرين (X٣.٢) واعتزاز (X٣.١).