

خصـصـا

(رضا المستهلك) العلاقات رضا المستهلك. 2012 منعام. أناجميلة، روث Yuni
فئة ما لا نغو الحادي عشر X 8 معغار نبيهو لاء المستهلك منتجات مستحضر التجميل أفي س ما تلميذا تنيغيري
كلية علم النفس، الدولة الإسلامية من جامعة الملكم لا ناغابر اهي ممولانا
المستشار: RetnoMangestuti، M.Si

رضا المستهلك، ولاء العملاء، غار نبيهم مستحضر التجميل : كلمات البحث
(رضا المستهلك) رضا المستهلك. رضا المستهلك هي الدولة التي تتم فيها تلبية رغبات وأمالو احتياجات المستهلكين
هو السبب في لاء المستهلك أن يؤثر على رضا العملاء ولاء العملاء
الظاهر التي تظهر تفي المجتمع الإندونيسي اليو هو استخدام كرمات التبييض و عيادة الجمال أسهل كثير في العناية بالبشر من أجل تلبية زيادة رضا العم
لاء، لاسيما في صفوف المراهقين
مستحضر التجميل المعاني، والأدوار، وخاصة بالنسبة للمهام الخاصة بهم معطر يقا استخدام مستحضر التجميل التي يمكن أن تزيد ثقة بنفسك عا
لية
8 SMA أجر يتالدراسة على طالبات المدارس. هذا الدراسة تستخدم الأساليب الكمية
(17 = ن) محاولة الخروج من موضوع علم النفس الخاص بالخصائص الخاضعة للدراسة. ما لانغ
81 ترقيم المواد. حاول استخلاص النتائج من منتجاتها المصنوعة من اختيار مستحضر التجميل الطبيعي و غار نبيهو كذلك أمن للصحة
شخصا اختيار عشوائي باستخدام أهداف
نيغيري ما لانغ SMA تهدف هذا الدراسة إلى تحديد العلاقة بين رضا المستهلك مع المستخدمين لاء المستهلك من منتجات التجميل في غار نبيهم تلميذات
8
فصول العاشر والحادي عشر
الفرضية المقترحة في هذا الدراسة وجود علاقة إيجابية بين رضا المستهلك مع منتجات لاء العملاء غار نبيهم المستخدممو التجميل
٪، في حين أن لاء المستهلك في فئة مئوية عالية جدا من 100 وكشفت نتائج الاستطلاع أن رضا المستهلك هي على مستوى عال المعنوية
SPSS استناد إلى الإخراج منير نامج. 89٪
؛ $r_{xy} = 0.701$ ، النتائج التي تم الحصول عليها أن رضا المستهلك مع المستخدمين لاء المستهلك من منتجات التجميل و جودار تباط كبير 19.00
وبعبارة أخرى، أعلى رضا العملاء، وارتفاع مستوى ولاء المستهلك للمنتج أو علامة تجارية. $SIG = 0.000 < 0.05$