Minat Konsumen ing Sawijining Produk Dipengaruhi dening Strategi Pemasaran Komprehensif

Dinar Hasim Nurhadi Kusumo
dinar.hnk@gmail.com

Abstrak: Tujuwan panliten iki yaiku: Kanggo nemtokake pengaruh layanan. babagan kapentingan konsumen ing merek pribadi. Kanggo nemtokake efek promosi ing kapentingan konsumen ing merek pribadi. Kanggo nemtokake efek layanan lan promosi bebarengan ing kapentingan konsumen ing merek pribadi. Teknik analisis kang digunakake ing panliten iki yaiku teknik analisis kuantitatif nggunakake statistik, piranti lunak kang digunakake kanggo nyengkuyung panliten iki yaiku SPSS. Populasi ing panliten iki yaiku pelanggan S Plus Indonesia. Teknik sampling kang digunakake ing panliten iki yaiku simple random sampling. Kanthi teknik simple random sampling dijupuk 400 pelanggan S Plus Indonesia. Asiling panaliten menika nedahaken bilih: Pelayanan gadhah pengaruh tumrap minat konsumen ing S Plus Indonesia. Promosi duweni pengaruh marang kapentingan konsumen ing merek pribadi. Layanan lan promosi duwe pengaruh bebarengan ing kapentingan konsumen ing merek pribadi.
Kata Kunci: Layanan, Promosi lan Minat Konsumen

DAFTAR PUSTAKA

AM, Sardiman. 2006. Interaksi lan Motivasi Pembelajaran-Belajar. Jakarta: PT. Prabu Grafindo Persada.

Abdullah, Thamrin. 2003. Manajemen Pemasaran. Jakarta. PT. Tekan Eagle.

Alma, Buchari. 2005. Pemasaran lan Pemasaran Layanan. Bandung: Alphabeta.

Alma, Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran & Pemasaran Layanan. Bandung: CV. Abjad.

Anggraini, A. (2018). Analisis Strategi Premium lan Klaim Kendaraan ing Peningkatan Pendapatan PT Asuransi Sinar Mas Tangerang. JURNAL REFLEKSI ILMIAH: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen lan Bisnis, 1(3), 251-260.

Ariwibowo, ME (2019). STRATEGI PEMASARAN INSTITUSI PENDIDIKAN SWASTA. JURNAL REFLEKSI ILMIAH: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen lan Bisnis, 2(2), 181-190.

Barata, Atep Adya. 2003. Fundamentals of Excellent Service. Jakarta: Elex Media. Komputindo.

Ben, M. Eins. 2007. Manajemen Pemasaran lan Pemasaran Layanan. Bandung: Alphabeta. Dharma. 2008. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi kapindho. Yogyakarta: Merdika. kasmir. 2005. Etika Layanan Pelanggan. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

Fadillah, M. (2019). Tinjauan Strategi Pemasaran Kopi ing Kompetisi Bisnis. JURNAL REFLEKSI ILMIAH: Ekonomi, Akuntansi, Manajemen lan Bisnis, 2(2), 131-140.