

ABSTRAK

Mochammad Yanuar Rezkyan Noor, 110259. “Analisis Kinerja Promosi Berbasis Edukasi Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan DF Clinic Bandung”.(Survei pada Pelanggan Treatment Baby Spa DF Clinic Bandung), di bawah bimbingan Dr. Hj. Ratih Hurryati M.Si dan Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak., MBA

Pengembangan dan inovasi DF clinic dalam mempromosikan produk dan jasa yaitu dengan menganalisis promosi yang dilakukan melalui pemberian informasi dan pengetahuan kepada konsumen mengenai produk dan jasa menggunakan media periklanan, penyuluhan konsultasi kesehatan, pemberian informasi melalui telemarketing dan internet atau seminar kesehatan melalui pembicara dokter ahli, sangat membantu perusahaan dalam memperkenalkan dan memberikan suatu penjelasan serta pengetahuan yang rinci tentang aturan produk dan jasa mengenai kecantikan dan kesehatan yang diberikan kepada konsumen sehingga masyarakat umum dapat mengerti. Dengan memberikan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen, sangat membantu klinik tersebut menciptakan nilai tambah yang akan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan kepada perusahaan akan tercapai.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yang bersifat penelitian deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian berjumlah 3.670 pelanggan dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 pelanggan, diambil dengan teknik sampel *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur untuk menguji hipotesis tentang pengaruh ketiga variabel.

Kesimpulan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan kinerja promosi berbasis edukasi pelanggan yang dinilai dari hasil kuesioner menunjukkan kategori baik. Tingkat kepercayaan pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan menunjukkan hasil yang tinggi. Selanjutnya secara keseluruhan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antar variabel kinerja promosi berbasis edukasi pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kinerja Promosi Berbasis Edukasi Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan dan Loyalitas pelanggan.