

ANALISIS LOYALITAS KONSUMEN PADA ACARA TALK SHOW KICK ANDY (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)

 Oleh: Ari Rahendra (04610129)
Management

Dibuat: 2009-04-03 , dengan 3 file(s).

Keywords: loyalitas konsumen, mengukur loyalitas, Kick Andy

ABSTRAKSI

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan judul “Analisis Loyalitas Konsumen Pada Acara Talk Show Kick Andy (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)” Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui loyalitas konsumen pada acara talk show Kick Andy

Penelitian dilakukan di Universitas Muhammadiyah Malang dengan cara survey melalui kuesioner. populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menonton acara talk show Kick Andy. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2006 dan 2007 sebanyak 100 responden melalui metode accidental sampling. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner. Selanjutnya menggunakan skala pemeringkatan kontinyu. Teknik analisis data yang digunakan adalah cluster.

Loyalitas diukur melalui variabel perilaku actual, kepuasan, rasa suka terhadap merk, komitmen. Hasil penelitian menunjukkan ada 3 kelompok cluster, Pada kelompok the numb dengan presentase 12 % tidak loyal, Pada kelompok The excellence dengan persentase 45 % sedang, Pada kelompok The faithful dengan persentase 43 % loyal.

ABSTRACTION

This research is descriptive research with the title " Analisis Loyalitas Konsumen Pada Acara Talk Show Kick Andy (Studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)" purpose of this Research is to know the loyalitas consumer of event of talc of show Kick Andy.

This research is conducted in Muhammadiyah University of Malang by population questioners survey in this research is student looking on event talc show of Kick Andy. While sample in this research is generation student 2006 and 2007 counted 100 responders through method of accidental sampling. Technique intake of data use questioners. Hereinafter use scale of range continue. Technique analyze data the used is cluster.

The loyalties measured to pass behavioral variable of actual, satisfaction, feel to like to mark, and commitment. Result of research of show there are 3 group of cluster, At group of the numb with percentage 12 % do not loyal, At group of The excellence with percentage 45 % is, At group of The faithful with percentage 43 % loyal.