

ABSTRAKSI

Penerapan *relationship marketing* dalam suatu perusahaan dilakukan dengan pembuatan program yang diharapkan mampu membangun hubungan yang mendalam dengan pelanggan sehingga diharapkan pelanggan tetap melakukan transaksi dengan perusahaan, melakukan pembelian kembali produk perusahaan tersebut, dan bahkan menjadi loyal.

Begitu pula yang dilakukan oleh pemasar susu bayi merek Nutrilon yang tergabung dalam produk Nutricia. Pihak manajemen mempunyai program *relationship marketing* yang diberi nama *Nutricia Baby Club (NBC)*. Dalam program pemasaran tersebut setiap pelanggan produk bayi merek Nutrilon akan dipantau oleh pihak perusahaan mengenai perkembangan bayi setelah mengkonsumsi produk yang tergabung dalam produk Nutricia. Dengan adanya program NBC ini diharapkan hubungan yang terjalin terus menerus dengan pelanggan mampu menciptakan loyalitas pelanggan. Untuk itu perlu diketahui pengaruh *relationship marketing* melalui manfaat program *Nutricia Baby Club (NBC)* terhadap loyalitas pelanggan susu bayi merek Nutrilon khususnya di Surabaya.

Untuk mengetahui pengaruh manfaat program *Nutricia Baby Club (NBC)* terhadap loyalitas pelanggan susu bayi merek Nutrilon khususnya di Surabaya, maka digunakanlah alat statistik regresi linier berganda dengan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Variabel manfaat program NBC (*Nutricia Baby Club*) yang terdiri dari manfaat keuangan, sosial dan struktural secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan NBC di Surabaya sebesar 61,1% dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel manfaat keuangan berpengaruh dominan pada loyalitas pelanggan dengan nilai beta sebesar 0,461 yang merupakan nilai beta paling besar diantara nilai beta variabel lainnya.
2. Hipotesis, diterima kebenarannya atas dasar nilai F_{hitung} yang nilainya lebih besar dari F_{tabel} , F_{hitung} sebesar 50,208 dan nilai F_{hitung} tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu sebesar 2,01, sehingga manfaat program *Nutricia Baby Club (NBC)* yang terdiri dari manfaat keuangan, manfaat sosial, dan manfaat struktur secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan susu bayi merek Nutrilon di Surabaya, terbukti kebenarannya.

Untuk itu diharapkan melalui program *Nutricia Baby Club (NBC)* perusahaan menambah bonus-bonus atau hadiah pada *special event* keluarga, meningkatkan acara lomba-lomba untuk balita agar hubungan sosial dengan pelanggan dapat lebih terjalin dengan erat lagi, dan senantiasa memberikan buletin yang berisi informasi seputar kegiatan dan juga perlu disampaikan tentang perkembangan ilmu pengetahuan yang menyangkut tumbuh kembang bayi dan hasil-hasil penemuan terbaru.