

Abstraksi

Kepercayaan dan komitmen pelanggan adalah dua hal yang sangat penting dalam hubungan pemasaran. Pelanggan yang mempunyai kepercayaan dan komitmen dapat berpengaruh pada kualitas hubungan. Kepercayaan dan komitmen pelanggan ini bisa terjadi pada tingkat perorangan yakni pada personil penjualan dan tingkat korporasi yakni pada perusahaan. Pelanggan yang mempunyai kepercayaan dan komitmen pada personil penjualan dapat memicu terciptanya kepercayaan dan komitmen pelanggan pada perusahaan. Personil penjualan sebagai utusan dari perusahaan dapat dijadikan sebagai penghubung antara pelanggan dengan perusahaan. Perusahaan bisa mendapatkan kepercayaan dan komitmen dari pelanggan dari kepercayaan dan komitmen pelanggan pada personil penjualan. Kepercayaan dan komitmen pelanggan pada perusahaan dan personil penjualan ini dapat menciptakan kualitas hubungan yang baik.

Berdasarkan pernyataan diatas, dirumuskan dalam delapan pertanyaan, Apakah kepercayaan pelanggan pada personil penjualan mempunyai pengaruh terhadap komitmen pelanggan pada personil penjualan perusahaan X “ di Surabaya, apakah komitmen pelanggan pada personil penjualan perusahaan X “ di Surabaya mempunyai pengaruh terhadap kualitas hubungan, apakah kepercayaan pelanggan pada personil penjualan toko buku X “ di Surabaya mempunyai pengaruh terhadap kualitas hubungan, apakah kepercayaan pelanggan pada perusahaan X “ di Surabaya mempunyai pengaruh terhadap komitmen pelanggan pada perusahaan X “ di Surabaya, apakah komitmen pelanggan pada perusahaan “ X “ di Surabaya mempunyai pengaruh terhadap kualitas hubungan, apakah kepercayaan pelanggan pada perusahaan “ X “ di Surabaya mempunyai pengaruh terhadap kualitas hubungan, apakah kepercayaan pelanggan pada personil penjualan mempunyai pengaruh terhadap kepercayaan pelanggan pada perusahaan “ X “ di Surabaya, dan apakah komitmen pelanggan pada personil penjualan mempunyai pengaruh terhadap komitmen pelanggan pada perusahaan “ X “ di Surabaya.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yang menitik beratkan pada uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan teknik analisis jalur menggunakan AMOS 5.0.

Berdasarkan hasil analisa, hipotesis pertama, kedua, ketiga, keempat, keenam ketujuh, dan kedelapan diterima. Sedangkan hipotesis kelima ditolak karena nilai CR kurang dari 2 dengan signifikansi lebih besar dari 0.05.

Kata kunci : kepercayaan, komitmen, kualitas hubungan, personil penjualan