

ABSTRAK

Dengan berkembangnya konsep pemasaran ke arah hubungan pelanggan. Maka perusahaan hendaknya memperhatikan hal tersebut. Lalu bagaimana hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya.

Untuk membina hubungan jangka panjang maka perusahaan memerlukan kepercayaan dari pelanggannya. Dimana kepercayaan dipandang sebagai sebuah solusi yang baik untuk menjamin hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan. Masalah penelitian yang diajukan adalah untuk mengetahui hubungan dan keterkaitan 4 unsur yaitu: hubungan jangka panjang, kepercayaan terhadap perusahaan, kepuasan pelanggan, keandalan tenaga penjualan.

Metode yang digunakan adalah dengan teknik Structural Equation Modeling (SEM). Dimana sampel yang digunakan adalah para pelanggan PT. XYZ sebuah perusahaan pembiayaan yang berada di Surabaya.

Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa terdapat keterkaitan dan hubungan antara kepuasan pelanggan, keandalan tenaga penjualan dengan kepercayaan terhadap perusahaan, namun tidak terdapat keterkaitan dan hubungan langsung antara kepuasan pelanggan dengan hubungan jangka panjang, tetapi kepuasan pelanggan mempunyai keterkaitan dan berpengaruh positif terhadap kepercayaan terhadap perusahaan.

