





































Menurut Ferdinand, minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferinsial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Tujuan utama dari pemasaran adalah untuk mengembangkan hubungan pelanggan dengan perusahaan yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi keberhasilan kegiatan pemasaran perusahaan. Selain itu, untuk menciptakan, membangun dan menjaga pertukaran yang menguntungkan dengan konsumen, perusahaan harus mengutamakan kepuasan konsumen dan dibutuhkanlah kualitas pelayanan yang baik serta hubungan pemasaran perusahaan dengan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan hubungan pemasaran dan kualitas pelayanan menjadi suatu cara bagi perusahaan untuk membuat kepuasan pelanggan hingga dapat menjadi loyalitas.







