

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of the confidence benefits, social benefits, special treatment benefits to customer satisfaction and customer retention. The study is based on the phenomenon of increasing sales of cars indirectly affect also the increasing needs for car care. Around this time, pose stiff competition for service providers service.*

*The sample in this study were taken by using the method of data collection is called purposive sampling with customer requirements once did service at the dealership more than 3 times. The samples used were 100 respondents. Data were analyzed by using Multiple Linear Regression analysis techniques through software SPSS version 16.*

*The results showed that the benefit of the trust (confidence benefits), social benefits, special treatment benefits have a positive effect on customer satisfaction and customer satisfaction positively affects customer retention.*

**Keywords:** *Benefits of trust, social benefits, the benefits of preferential treatment, Relational Benefits, Customer Satisfaction, Customer Retention.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan manfaat kepercayaan, manfaat sosial, manfaat perlakuan istimewa terhadap kepuasan pelanggan dan retensi pelanggan. Penelitian berdasarkan pada fenomena semakin meningkatnya penjualan mobil secara tidak langsung berpengaruh juga dengan semakin meningkatnya kebutuhan untuk perawatan mobil. Dengan adanya hal ini, menimbulkan persaingan yang ketat bagi penyedia jasa service.

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode pengumpulan data yang disebut *purposive sampling* dengan syarat pelanggan pernah melakukan service di dealer lebih dari 3 kali. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis Regresi Linier Berganda melalui *software SPSS* versi 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat kepercayaan, manfaat sosial, manfaat perlakuan istimewa berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan.

Kata Kunci: Manfaat kepercayaan, manfaat sosial, manfaat perlakuan istimewa, Manfaat Relasional, Kepuasan Pelanggan, Retensi Pelanggan.