

ABSTRAKSI

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh kualitas produk, after sales service dan direct marketing terhadap kepercayaan pelanggan dan dampaknya pada kerjasama berkelanjutan. Masalah penelitian adalah bagaimana meningkatkan kerjasama berkelanjutan melalui kualitas produk, after sales service dan direct marketing dengan dimediasi kepercayaan pelanggan?

Sampel penelitian ini adalah pelanggan CV Mitra Kasih Perkasa, sejumlah 105 responden. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, after sales service dan direct marketing berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan dalam meningkatkan kerjasama berkelanjutan.

Temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan; after sales service berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan; direct marketing berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan; kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap kerjasama berkelanjutan, dan direct marketing berpengaruh terhadap kerjasama berkelanjutan.

Kata Kunci: kualitas produk, after sales service, direct marketing, kepercayaan pelanggan dan kerjasama berkelanjutan