

ABSTRAKSI

YUDHA HARDIAN PRATAMA. Pengaruh *Customer Relationship Marketing* Terhadap Loyalitas Konsumen Ramayana di Kebayoran Lama Jakarta Selatan (dibimbing oleh Ibu R.A Nurlinda, SE, MM).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer relationship marketing* terhadap loyalitas konsumen. Variabel independen terdiri atas komitmen, kepercayaan, *financial benefit*, dan *social benefit*, sedangkan variabel dependen adalah loyalitas konsumen. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 125 orang responden. Responden penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sudah atau sedang berbelanja di Ramayana Kebayoran Lama Jakarta Selatan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komitmen, kepercayaan, *financial benefit*, dan *social benefit* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Selain itu dari hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa hanya variabel *social benefit* yang tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Dari hasil lain yang dapat diketahui juga adalah bahwa variabel *financial benefit* berpengaruh secara dominan terhadap loyalitas konsumen di Ramayana Kebayoran Lama Jakarta Selatan.

Kata kunci: *customer relationship marketing* (komitmen, kepercayaan, *financial benefit*, *social benefit*), loyalitas konsumen

ABSTRACT

YUDHA HARDIAN PRATAMA . *The Influence of Customer Relationship Marketing to Customer Loyalty in Ramayana Kebayoran Lama Jakarta Selatan (under supervision by R. A Nurlinda, SE, MM)* .

This research aims to determine the influence of customer relationship marketing to customer loyalty . The independent variable consist of commitment, trust, financial benefits, and social benefits, while the dependent variable is customer loyalty . The samples used in the research were 125 respondents . Respondents were all consumers who have or are shopping at Ramayana Kebayoran Lama Jakarta Selatan . The methods of analysis used in this research is multiple linear regression .

The results showed that commitment, trust, financial benefits, and social benefits simultaneously have a significant influence on customer loyalty . seen from the partial test showed, and the results showed that the only variable that don't influence customer loyalty is social benefits . And also it showed that the dominant variables in influence customer loyalty in Ramayana Kebayoran Lama is financial benefits .

Keyword : customer relationship marketing (commitment, trust, financial benefits, and social benefits) , customer loyalty