

ABSTRAK

**Iwan Juandi, NIM. 3402180566. “Pengaruh Relationship Marketing dan Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen (Suatu Studi Pada J&T Express Cabang Ciamis)”.
Dibawah bimbingan Bapak Mochamad Aziz Basari, S.Sos., M.M., (Pembimbing 1) dan
Bapak Mukhtar Abdul Kader, S.E. M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya kepuasan konsumen pada J&T Express Cabang Ciamis yang diakibatkan oleh belum optimalnya pelaksanaan relationship marketing dan service quality. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh relationship marketing terhadap kepuasan konsumen; Pengaruh service quality terhadap kepuasan konsumen; Pengaruh relationship marketing dan service quality terhadap kepuasan konsumen pada J&T Express Cabang Ciamis. Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis data menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, Analisis Regresi Linear Sederhana dan Berganda, dan Pengujian Hipotesis (Uji t,Uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Relationship marketing pada J&T Express Cabang Ciamis termasuk dalam kategori sangat baik. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan

relationship marketing terhadap kepuasan konsumen; Service quality pada J&T Express Cabang Ciamis termasuk dalam kategori sangat baik. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan service quality terhadap kepuasan konsumen; Kepuasan konsumen pada J&T Express Cabang Ciamis termasuk dalam kategori sangat tinggi. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan relationship marketing dan service quality terhadap kepuasan konsumen. Artinya jika relationship marketing dan service quality sudah baik maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Kata Kunci : *Relationship Marketing, Service Quality dan Kepuasan*