

## ABSTRAK

**Ditha Triana Rehatta, NIM 3402210507. “Pengaruh Penanganan Keluhan dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan (Suatu Studi Pada Pelanggan Kedai Kabita Lakbok)”. Dibawah bimbingan Ibu Elin Herlina, S.Pd., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Toto, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh belum optimalnya loalitas pelanggan pada pelanggan kedai kabita lakbok. Hal tersebut dipengaruhi oleh belum optimalnya penanganan keluhan dan komunikasi pemasaran.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi : 1). Bagaimana penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Kedai Kabita Lakbok?; 2). Bagaimana pengaruh komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Kedai Kabita Lakbok; 3). Bagaimana penanganan keluhan dan komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Kedai Kabita Lakbok?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1). Pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Kedai Kabita Lakbok.; 2). Pengaruh komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Kedai Kabita Lakbok.; 3). Pengaruh penanganan keluhan dan komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan pada pelanggan Kedai Kabita Lakbok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan kedai kabita lakbok yang berjumlah 3.057 dan sampel berjumlah 96 orang. Selanjutnya untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t dan Uji f.

Hasil dari penelitian ini dan pengolahan data menunjukkan bahwa 1). Korelasi sebesar 0,815 atau sebesar 66,4%, artinya terdapat korelasi positif dan signifikan, maka hipotesis yang diajukan yaitu terdapat pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima atau teruji kebenarannya; 2). Korelasi sebesar 0,810 atau sebesar 65,6%, artinya terdapat korelasi positif dan signifikan, maka hipotesis yang diajukan terdapat pengaruh komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima atau teruji kebenarannya; 3). Korelasi sebesar 0,830 atau sebesar 68,8%, artinya terdapat korelasi positif dan signifikan, maka hipotesis yang diajukan terdapat pengaruh penanganan keluhan dan komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan dapat diterima atau teruji kebenarannya.

Diharapkan perusahaan dapat meningkatkan penanganan keluhan dan komunikasi pemasaran guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

***Kata Kunci : Penanganan keluhan, Komunikasi pemasaran, dan Loyalitas Pelanggan.***