

ABSTRAK

Stenly Kakiay Nim. 3402220333. “Pengaruh *Electronic Costumer Relationship Management* dan *Digital Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Toko Komputer King Jr.Shop Dibawah bimbingan Bapak Muhktar Abdul Kader S.E.,M.M. Sebagai Dosen Pembimbing I (31127700229). Dan Ibu Dwi Putri Garini, S.I.kom., M.M. Sebagai Dosen Pembimbing II (3112770790).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Electronic Costumer Relationship Management* dan *Digital Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Komputer King Jr.Shop Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi Bagaimana pengaruh *Electronic Costumer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan, Bagaimana pengaruh *Digital Brand Image* terhadap loyalitas Pelanggan, dan Bagaimana pengaruh *Electronic Costumer Relationship Management* dan *Digital Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Komputer King Jr.Shop. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui : pengaruh *Electronic Costumer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan, pengaruh *Digital Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan, dan pengaruh *Electronic Costumer Relationship Management* dan *Digital Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Komputer King Jr.Shop. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan terdiri dari Koefisien Korelasi Sederhana dan Berganda, Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), serta Koefisien Regresi Sederhana dan Berganda. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *Electronic Costumer Relationship Management* sudah Sangat Baik dan terdapat pengaruh positif dan signifikan *Electronic Costumer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan, *Digital Brand Image* sudah sangat baik dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Digital Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan, Loyalitas Pelanggan sudah Baik dan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara *Electronic Costumer Relationship Management* dan *Digital Brand Image* terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata Kunci : *Electronic Costumer Relationship Management*, *Digital Brand Image*, dan Loyalitas Pelanggan.