

**PENGARUH CUSTOMER RELATIOSHIP MANAGEMENT DAN CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY**

(Suatu Studi Pada Pelanggan Toserba Gunasalma 1 Kawali)

ARTIKEL

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menempuh Ujian Sidang Sarjana Strata Satu



Oleh,

TIA ANJANI
3402180030

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH
TAHUN 2022

PENGARUH CUSTOMER RELIATIONSHIP MANAGEMENT DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY

(Suatu Studi Pada Pelanggan Toserba Gunasalma 1 Kawali)

Tia Anjani
anjani.tia1733@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini di fokuskan pada Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Customer Loyalty* Toserba Gunasalma 1 Kawali (Suatu Studi pada Pelanggan Toserba Gunasalma 1 Kawali. Permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini meliputi: 1). Bagaimana pengaruh *customer relationship management* terhadap *customer loyalty* Toserba Gunasalma 1 Kawali?; 2). Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Customer Loyalty* Toserba Gunasalma 1 Kawali?; 3). Bagaimana pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Customer Loyalty* Toserba Gunasalma 1 Kawali?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1). Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap *customer loyalty* di Toserba Gunasalma; 2). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *customer loyalty* Toserba Gunasalma; 3). Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap *customer loyalty* di Toserba Gunasalma. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 97 orang responden dan pemecah masalah dalam penelitiannya dilakukan dengan menggunakan analisis statistik berdasarkan data kuantitatif yang dikumpulkan melalui angket atau kuesioner dari subyek penelitian. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *customer relationship management* dan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *customer loyalty* di Toserba Gunasalma 1 Kawali dengan besarnya pengaruh 9,9% sedangkan 90,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan Toserba Gunasalma 1 Kawali lebih meningkatkan dan memperhatikan *customer relationship management* dan *corporate social responsibility* sehingga akan meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management, Corporate Social Responsibility, Customer Loyalty*