

ABSTRAK

Lutfi Fauzi, NIM. 3402190533. “Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap (Studi pada Konsumen PT Griya Pratama Yomart Minimarket Baregbeg Ciamis)”. Dibawah bimbingan Bapak M. Aziz Basari, S.Sos., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap (Studi pada Konsumen PT Griya Pratama Yomart Minimarket Baregbeg Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi pada penelitian ini meliputi: 1). Bagaimana pengaruh *relationship marketing* terhadap keputusan pembelian mie sedaap pada PT Griya Pratama Yomart Minimarket Baregbeg Ciamis? ; 2). Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian mie Sedaap pada PT Griya Pratama Yomart Minimarket Baregbeg Ciamis? ; 3). Bagaimana pengaruh *relationship marketing* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian mie sedaap pada PT Griya Pratama Yomart Minimarket Baregbeg Ciamis? Adapun Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1). Pengaruh *relationship marketing* terhadap keputusan pembelian mie sedaap pada PT Griya Pratama Yomart Minimarket Baregbeg Ciamis; 2). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian mie sedaap pada PT Griya Pratama Yomart Minimarket Baregbeg Ciamis; 3). Pengaruh *relationship marketing* dan kualitas pelayanan mie sedaap terhadap keputusan pembelian mie sedaap pada PT Griya Pratama Yomart Minimarket Baregbeg Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linear Berganda, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t dan Uji F).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *relationship marketing* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mie sedaap pada PT Griya Pratama Yomart Minimarket Baregbeg Ciamis dengan besarnya pengaruh 44,49% dan sisanya 55,52% dipengaruhi faktor lain.

Diharapkan PT Griya Pratama Yomart Minimarket Baregbeg Ciamis mempertahankan dan memperhatikan *relationship marketing* dan kualitas pelayanan sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci: Relationship Marketing, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian

