

## ABSTRAK

**Reza Muhammad Ramdhan, NIM. 3402180251. “Pengaruh Keputusan *Relationship Management* dan Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Suatu Studi pada Toserba Gunasalma Kawali Ciamis)”** Dibawah bimbingan Dr. Nurdiana Mulyantini, S.E., M.M. (Pembimbing I), dan Marlina Nur Lestari, S.E.,M.M. (pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh keputusan *relationship management* dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (Suatu Studi pada Toserba Gunasalma Kawali Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1] pengaruh keputusan *relationship management* terhadap loyalitas pada Toserba Gunasalma Kawali Ciamis?; 2] pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toserba Gunasalma Kawali Ciamis? ;3] pengaruh keputusan *relationship management* dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toserba Gunasalma Kawali Ciamis?. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui 1] pengaruh keputusan *relationship management* terhadap loyalitas pada Toserba Gunasalma Kawali Ciamis; 2] pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toserba Gunasalma Kawali Ciamis. ;3] pengaruh keputusan *relationship management* dan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toserba Gunasalma Kawali Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis deskriptif, dan analisis asosiatif meliputi analisis koefisien korelasi sederhana, koefisien korelasi berganda, determinasi, uji Hipotesis menggunakan Uji signifikansi (Uji T dan Uji F) dan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa baik secara parsial maupun simultan *relationship management* dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Toserba Gunasalma Kawali Ciamis. Sebaiknya perusahaan dapat mempertahankan dan lebih meningkatkan loyalitas pelanggan agar konsumen selalu membicarakan hal-hal yang positif dengan cara memberi pelayanan yang memuaskan dan sigap apabila pelanggan meminta bantuan.

**Kata Kunci: Keputusan *Relationship Management*, Nilai Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan**