

ABSTRAK

Irpan Maulana, NIM 3402200293. “Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Muara *Cosmetics* Tasikmalaya)” Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Yusup Iskandar, S.E., M.M (Pembimbing I) dan Bapak H. Iwan Setiawan, S.E., M.M (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Muara *Cosmetics* Tasikmalaya. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1) Bagaimana Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan di Muara *Cosmetics* Tasikmalaya. 2) Bagaimana Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Muara *Cosmetics* Tasikmalaya. 3) Bagaimana Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Muara *Cosmetics* Tasikmalaya. Tujuan penelitian ini adalah 1) Besar Pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Muara *Cosmetics* Tasikmalaya. 2) Besar Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Muara *Cosmetics* Tasikmalaya. 3) Besar Pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Muara *Cosmetics* Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Untuk metode menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis deskriptif dan verifikatif. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* termasuk dalam interpretasi kategori tinggi. *Corporate Social Responsibility* termasuk dalam interpretasi kategori tinggi. Loyalitas Pelanggan termasuk interpretasi kategori cukup tinggi. Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa 1) *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan adapun besarnya pengaruh sebesar 51,55% sedangkan 48,45% dipengaruhi oleh faktor lain. 2) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan adapun besarnya pengaruh sebesar 48,58% sedangkan 51,42% dipengaruhi oleh faktor lain. 3) *Customer Relationship Management* dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan adapun besarnya pengaruh sebesar 58,06% sedangkan 41,94% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management, Corporate Social Responsibility, Loyalitas Pelanggan*