

ABSTRAK

Muhammad Ridwan, 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Hubungan Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Perusahaan Retail Toserba Yogya Sunda)*.

Kualitas pelayanan dan hubungan pemasaran merupakan suatu unsur yang terdapat dalam ilmu pemasaran dalam memajukan suatu perusahaan. Bagi perusahaan ini menjadi salah satu peran penting, karena dengan kualitas pelayanan dan hubungan pemasaran suatu perusahaan itu baik maka pelanggan akan loyal terhadap perusahaan tersebut. Begitu pun sebaliknya jika kualitas pelayanan dan hubungan pemasarannya tidak baik maka pelanggan tidak akan loyal terhadap perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan hubungan pemasaran terhadap loyalitas pelanggan pada Perusahaan Retail Toserba Yogya Sunda. Subjek penelitian ini adalah Perusahaan Retail Toserba Yogya Sunda dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dengan analisis statistik yaitu Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji T, Uji F, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2) dan dengan alat bantu SPSS 20. Variabel penelitian ini adalah kualitas pelayanan sebagai variabel X1, hubungan pemasaran sebagai variabel X2 dan loyalitas pelanggan (Y). Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan hubungan pemasaran berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, maka apabila kualitas pelayanan baik pelanggan akan loyal dan apabila hubungan pemasarannya baik pelanggan akan loyal terhadap perusahaan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Hubungan Pemasaran, Loyalitas Pelanggan.