

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat antar pengusaha disebabkan oleh perkembangan bisnis itu sendiri yang mendorong para pengusaha untuk menciptakan model pemasaran yang lebih fleksibel untuk mendapatkan hasil yang terbaik. Dalam persaingan bisnis saat ini, pelanggan tidak hanya melihat kualitas produk, tetapi juga kualitas layanan yang sangat baik, yang dapat membuat pelanggan membeli kembali produk atau memanfaatkan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Kreativitas dan inovasi diperlukan oleh perusahaan untuk memastikan keberadaannya dan strategi yang tepat diperlukan untuk mencegah pelanggan beralih ke pesaing. PT. PMPS harus mampu mempertimbangkan segala kemungkinan, Salah satu strategi yang diterapkan perusahaan adalah strategi Manajemen Hubungan Pelanggan yang bertujuan untuk menjaga kelangsungan usaha serta menjalin dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan baru maupun lama dengan cara meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap PT. PMPS.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Manajemen Hubungan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Adapun Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan PT PMPS yang menggunakan produk pipamas terutama untuk wilayah Bandung selama periode tahun 2018 sampai tahun 2021 dengan sebanyak 1.115 pelanggan. Sedangkan sampel diambil dengan menggunakan teknik perhitungan statistik dengan menggunakan Rumus. Untuk tingkat presisi yang ditentukan saat menentukan sampel adalah 10%. Pengambilan jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 92. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Manajemen Hubungan Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci: Manajemen Hubungan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

The increasingly fierce competition between entrepreneurs is caused by the development of the business itself which encourages entrepreneurs to create more flexible marketing models to get the best results. In today's business competition, customers see not only product quality, but also excellent service quality, which can make customers buy back products or take advantage of the services provided by the company. Creativity and innovation are needed by the company to ensure its existence and the right strategy is needed to prevent customers from switching to competitors. PT. PMPS must be able to consider all possibilities. One of the strategies implemented by the company is the Customer Relationship Management strategy which aims to maintain business continuity and establish and maintain good relationships with new and old customers by increasing customer loyalty to PT. PMPS.

The purpose of this study is to determine the effect of Customer Relationship Management on Customer Loyalty. The population of this study are PT PMPS customers who use Pipamas products, especially for the Bandung area during the period 2018 to 2021 with a total of 1,115 customers. While the samples were taken using statistical calculation techniques using formulas. For the specified level of precision when determining the sample is 10%. Taking the number of samples taken in this study as many as 92. Technique Analysis data using validity test, reliability test, classic assumption test, simple regression test and hypothesis test. The results of this study indicate that Customer Relationship Management has a significant effect on Customer Loyalty.

Keywords: Customer Relationship Management, Customer Loyalty.