

ABSTRAK

Keberhasilan perusahaan tidak akan lepas dari kemampuan perusahaan tersebut dalam bidang pemasarannya, terutama dalam kebijaksanaan dan penetapan strategi yang dipakainya. Penetapan strategi yang tepat ditentukan oleh manajer pemasaran dengan mengembangkan pemasaran yang unik yaitu pemasaran relasional serta meningkatkan kualitas layanan. Mengingat pentingnya variabel tersebut dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan serta meningkatkan loyalitas pelanggan, maka perlu adanya peningkatan kualitas layanan, serta pemasaran relasional. Tujuan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PEMASARAN RELASIONAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Konsumen Furniture PT. Pika Prima Inspira Semarang)**.

Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada PT. Pika Prima Inspira (PIKA) di Semarang dengan sebanyak 87 responden. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *purpsive sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel pemasaran relasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan variabel pemasaran relasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas layanan, Pemasaran relasional, Kepuasan pelanggan, dan Loyalitas pelanggan.