

## ABSTRAK

Suka-suka cell merupakan perusahaan ritel yang menjual barang keperluan handphone. Konter Suka-suka cell ini memiliki beberapa kesamaan dengan konter lain, dari tampilan gerai, barang yang dijual, promo yang ditawarkan, dan lokasi yang selalu berdekatan. Tingkat persaingan antara beberapa konter ini sangat tinggi sehingga konsumen cenderung tidak loyal terhadap konter. Oleh karena itu, pada penelitian ini dilakukan pengukuran pengaruh loyalitas dari kepuasan pelanggan dan Customer Relationship Management (CRM). Berdasarkan hasil perhitungan dengan regresi linier berganda, didapatkan bahwa pada konter kepuasan pelanggan berpengaruh pada loyalitas pelanggan namun tidak secara signifikan. Hal ini disebabkan karena pelanggan lebih loyal kepada produk bukan kepada konter. Selain alasan tersebut, karena tidak ada keistimewaan yang khas dari salah konter. Berdasarkan hasil pengolahan data, faktor-faktor pada kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas sebesar 7,5%. faktor-faktor pada CRM berpengaruh terhadap loyalitas sebesar 17,8%. Kepuasan dan CRM secara bersamaan mempengaruhi loyalitas sebanyak 17,2% untuk konter suka-suka cell .

**Kata kunci : kepuasan pelanggan, CRM, Loyalitas**

### **ABSTRAK**

*Suka-Suka cell is a retail company that sells handphones. Like-Like Counter cell has several similarities, from the appearance of outlets, goods for sale, promos offered, and locations that are always close together. The level of competition between the two counters is very high so consumers tend not to be loyal to the counter. Therefore, this study measured the effect of loyalty on customer satisfaction and Customer Relationship Management (CRM). Based on the results of calculations with multiple linear regression, it was found that the customer satisfaction counter did not affect customer loyalty. This is because customers are more loyal to the product than to the counter. Besides these reasons, because there are no special features of the wrong counter. Based on the results of data processing, factors on satisfaction affect the loyalty of 7.5%. Factors on CRM affect the loyalty of 17.8%. Satisfaction and CRM simultaneously affect loyalty as much as 17.2% for the counter Suka- Suka cell.*

**Keywords** : *Satisfaction And Customer Relationship Management (Crm) On Customer Loyalty*