

ABSTRAK

Marisa Pratama Putri, No.BP 16101155310627, Manajemen Fakultas ekonomi dan Bisnis (2020), Pengaruh *Customer Relatonship Management* (CRM) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pandawa Motor Solok, dibawah bimbingan Bapak Jhon Very.,MM.,M.kom dan Bapak Vicky Brama Kumbara, SE., B.Ba., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar Pengaruh *Customer Relationship Manangement* (CRM) dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Pandawa Motor Solok dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening Pandawa Motor Solok. Metode pengumpulan data melalui survey dan menyebarkan kuisisioner, dengan sampel 100 responden yang didapat dengan rumus *slovin* pada populasi pengunjung Pandawa Motor Solok pada tahun 2019 yang berjumlah 6.750 pengunjung. Metode analisis yang digunakan adalah menggunakan teknik regresi linear berganda dan analisis jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan rumusan masalah yaitu *Customer Relationship Management* Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu $0,000 < 0,05$, Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu $0,002 < 0,05$, *Customer Relationship Management* Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan yaitu $0,000 < 0,05$, Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan yaitu $0,038 < 0,05$, Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan yaitu $0,000 < 0,05$, *Customer Relationship Management* Di Intervening Oleh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan yaitu $0,743 > 0,519$, Kualitas Pelayanan Di Intervening Oleh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan yaitu $0,234 > 0,113$.

Kontribusi *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan terhadap variable Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 30,9% sisanya 69,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Kemudian Kontribusi *Customer Relationship Management*(CRM) , Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 74,2% sisanya 25,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : *Customer Relationship Management* (CRM), Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan , Kepuasan Pelanggan.