

## ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh dari *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas pelanggan, yang selanjutnya akan berdampak pada peningkatan asset perusahaan baik asset berupa pendapatan perusahaan maupun asset sebagai peningkatan jumlah pelanggan loyal. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 pelanggan Toyota Service Car AUTO 2000 – PT. Astra International Tbk. Yang berada di Jakarta Barat. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan adalah convenience sampling, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS 17.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan dari *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas pelanggan. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada organisasi selain jasa Service Car, dengan lingkup penelitian diperluas.

Kata kunci: *Customer Relationship Management*, dan loyalitas pelanggan, *Service Car*.