



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI MARKETING KOMUNIKASI**

Marius Aris Mariano (4430412-016)

“Hubungan Relationship Marketing dengan Loyalitas Pelanggan pada PT Setia Usaha Jakarta”

i - xii + 77 halaman, 5 lampiran

ABSTRAKSI

Loyalitas pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik dana maupun sumber daya manusia. Relationship Marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang bertujuan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan Relationship Marketing dengan Loyalitas Pelanggan PT Setia Usaha Jakarta.

Untuk kerangka pemikiran penyusun membahas mengenai pengertian-pengertian yang menjadi dasar dari penelitian ini, meliputi: pengertian tentang komunikasi pemasaran, *relationship marketing* dan loyalitas konsumen.

Dalam metodologi penelitian metode yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan pendekatan eksplanatif kuantitatif, dan menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh sampel sejumlah 68 responden, serta pengujian korelasi Spearman

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antara variabel relationship marketing dengan loyalitas konsumen adalah sebesar 0,919 dimana korelasi yang terjadi antara kedua variabel tersebut memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat karena berada dalam interval 0,80 – 1,000. Hubungan antara variabel relationship marketing dengan loyalitas konsumen adalah hubungan yang signifikan atau bermanfaat karena dalam pengujian hipotesis menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 dengan demikian, relationship marketing yang dilakukan oleh PT Setia Usaha dalam membina hubungan dengan pelanggan memiliki hubungan yang positif dengan loyalitas konsumen