ABSTRAK

Sentosa Malau 21208038
Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Keunggulan Bersaing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bisnis Transportasi Bimo Trans Cabang Dipatiukur Bandung.
Pembimbing Trustorini Handayani SE.,M.Si

Penelitian ini dilakukan di travel Bimo Trans cabang Dipatiukur Bandung. Fenomena yang terjadi adalah rendahnya loyalitas pelanggan pada Bimo Trans. Disamping itu kemampuan bersaing Bimo Trans rendah akibat biaya operasi yang tinggi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *customer relationship marketing* dan keunggulan bersaing terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis transportasi Bimo Trans cabang Dipatiukur Bandung.

Metoda yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda kualitatif dan kuantitatif. Unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen Bimo Trans cabang Dipatiukur Bandung yang berjumlah 100 orang sebagai sampel pendukung. Alat analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang terdiri dari persamaan regresi linier berganda, analisis korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dan juga menggunakan bantuan program aplikasi *SPSS 17.0 for windows*.

Hasil penelitian menunjukan bahwa besarnya pengaruh *Customer relations marketing* dan keunggulan bersaing terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan Bimo Trans cabang Dipatiukur Bandung sebesar 36,6%, sedangkan sisanya sebanyak 100%-36,6% sebesar 63,4% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti. sedangkan dampak pengaruh dari masing masing variabel adalah, *customer relations marketing* terhadap loyalitas pelanggan sebesar 9,7% dan Keunggulan bersaing terhadap loyalitas pelanggan sebesar 27%. Hal ini menunjukan *Customer relationship marketing* dan Keunggulan bersaing berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas pelanggan. Ada hubungan positif *Customer relationship marketing* dan Keunggulan bersaing dengan Loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Customer Relationship Marketing, Keunggulan Bersaing,Loyalitas Pelanggan,Jasa.