

**THE INFLUENCE OF THE RELATIONSHIP MARKETING DIMENSION
TOWARD CUSTOMER LOYALTY (CASE STUDY AT AHASS 13709
GITA MOTOR JL. RAYA PUNDO NGIMBANG-MANTUP)**

Ine Dwi Vilyanti
041910186

ABSTRACT

This study aims to find out the effects of variable commitment, communication, and conflict handling on the loyalty of AHASS 13709 Gita Motor customers both partially and simultaneously. As well as to find out which variable is the most dominant against customer loyalty on AHASS 13709 Gita Motor.

This study employs a type of quantitative research and uses some SPSS data testing. This study took a sample of 96 potential customers which provided accurate data or information.

The results of this study show that using t-tests or partially it is known that the commitment variable (X_1), communication (X_2), and conflict handling (X_3) have a significant effect on customer loyalty. Whereas on an F-test or simultaneously tested event together there is a significant influence on customer loyalty. This study underscores a double linear regression analysis showing that conflict handling variables (X_3) are effective stimuli in influencing customer loyalty. Future studies are expected to expand the study using variables other than those already loaded in this study so that the information obtained is much more complete about the loyalty of customers who came to AHASS 13709 Gita Motor.

Keywords : *Commitment, Communication, Conflict Handling, Customer Loyalty*

**PENGARUH DIMENSI *RELATIONSHIP MARKETING* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN (STUDI KASUS AHASS 13709 GITA MOTOR
JL. RAYA PUNDO NGIMBANG-MANTUP)**

**Ine Dwi Vilyanti
041910186**

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel komitmen, komunikasi, dan penanganan konflik terhadap loyalitas pelanggan AHASS 13709 Gita Motor baik secara parsial maupun simultan. Serta untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan terhadap loyalitas pelanggan pada AHASS 13709 Gita Motor.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif serta menggunakan beberapa pengujian data SPSS. Penelitian ini mengambil sampel 96 pelanggan yang potensial memberikan data atau informasi yang akurat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan uji t atau secara parsial diketahui bahwa variabel komitmen (X_1), komunikasi (X_2), dan penanganan konflik (X_3) memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan pada uji F atau secara simultan teruji secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Studi ini menggaris bawahi pada analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel penanganan konflik (X_3) menjadi stimulus efektif dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Studi mendatang diharapkan dapat memperluas studi dengan menggunakan variabel-variabel selain yang sudah dimuat pada studi ini sehingga informasi yang diperoleh jauh lebih lengkap tentang loyalitas pelanggan yang datang ke AHASS 13709 Gita Motor.

Kata Kunci : Komitmen, Komunikasi, Penanganan Konflik, Loyalitas Pelanggan