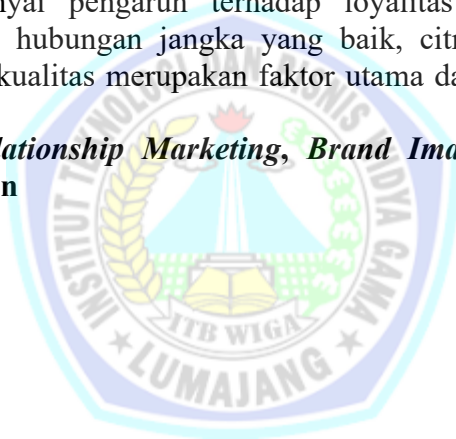


ABSTRAK

Di tengah persaingan antar pelaku usaha yang terus mengalami peningkatan, mempertahankan pelanggan yang loyal memang dianggap salah satu rintangan terbesar bagi perusahaan. Loyalitas pelanggan tidak hanya mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga berpengaruh besar terhadap profitabilitas jangka panjang yang menguntungkan kedua belah pihak, baik perusahaan maupun pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *relationship marketing*, *brand image* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Toko Echa Grosir Yosowilangun. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dengan metode survei. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 80 responden yang merupakan pelanggan tetap yang telah melakukan pembelian berulang. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen yakni *relationship marketing*, *brand image*, serta kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa hubungan jangka yang baik, citra merek yang kuat serta pelayanan yang berkualitas merupakan faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Relationship Marketing*, *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan



ABSTRACT

In the midst of competition between business actors that continues to increase, retaining loyal customers is indeed considered one of the biggest obstacles for companies. Customer loyalty not only reflects the company's success in meeting customer needs, but also has a great effect on long-term profitability that benefits both parties, both the company and the customer. This study aims to find out the extent of the influence of relationship marketing, brand image and service quality on customer loyalty of Toko Echa Grosir Yosowilangun. The approach used in this study is quantitative with a survey method. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires to 80 respondents who were regular customers who had made repeated purchases. Data analysis was carried out using multiple linear regression with the help of SPSS software. In this study, it can be concluded that the three independent variables, namely relationship marketing, brand image, and service quality, have an influence on customer loyalty. These findings confirm that a good long-term relationship, strong brand image and quality service are the main factors in building customer loyalty.

Keywords: Relationship Marketing, Brand Image, Service Quality, Customer Loyalty

