

ABSTRAK

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN FIFADA DI PT. FEDERAL INTERNATIONAL FINANCE

Oleh

Vanessah

NIM: 1719070

(Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif)

Pemasaran adalah suatu aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa kepada para konsumen agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. PT. Federal International Finance (FIFGROUP) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembiayaan yang dimiliki sepenuhnya oleh Astra. Dalam pelaksanaan aktivitasnya, perusahaan menghadapi masalah terkait menurunnya tingkat penjualan FIFADA pada tahun 2020 sampai dengan 2022. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas layanan dan persepsi *relationship marketing* terhadap persepsi loyalitas pelanggan di PT. Federal International Finance pada website FIFADA. Kualitas Pelayanan melalui sistem aplikasi FIFADA yang beroperasi dengan baik dan komunikasi yang dilakukan melalui sosial media dalam melayani konsumen. Serta *relationship marketing* berupa pendekatan jangka panjang dengan pelanggan melalui *voucher cashback, discount*, dan beberapa pendekatan lainnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei pengumpulan data melalui kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan FIFADA di PT. Federal International Finance yang telah melakukan transaksi sebanyak 200 orang. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji hubungan antara variabel independen (kualitas layanan dan *relationship marketing*) dan variabel dependen (loyalitas pelanggan)

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Relationship Marketing*, Loyalitas Pelanggan.