

ABSTRAK

Perkembangan Teknologi Telekomunikasi mengalami pertumbuhan pesat dan memunculkan persaingan di bidang seluler. Dengan *output* yang makin identik, perusahaan harus memaksimalkan pelayanan sebagai *competitive advantage*. Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh *customer relationship management* (CRM) terhadap loyalitas pelanggan paket data Telkomsel di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana jumlah populasi yang dijadikan sampel sebanyak 400 orang yang didapat dari metode *non-probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Data di dalam penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis jalur.

Pengaruh CRM sebesar 31,4% berada pada kategori cukup signifikan didalam mempengaruhi loyalitas pelanggan dan sebanyak 68,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan CRM berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sub variabel proses dan teknologi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan hanya sub variabel manusia tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Customer Relationship Management (CRM), loyalitas pelanggan, Manusia, Proses, dan Teknologi.*