

ABSTRAK

Dewasa ini internet merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dengan itu bisnis telekomunikasi di Indonesia telah berkembang dengan pesat. Di Indonesia sendiri telah ada tiga perusahaan besar *provider* yang menyediakan layanan 4G LTE yaitu Telkomsel, XL Axiata, dan Indosat. Dalam hal ini, perlu dilakukan retensi pelanggan untuk mempertahankan pelanggan salah satunya dengan pendekatan aktivitas *customer relationship management*. Dalam penelitian ini mencoba mengukur pengaruh program Telkomsel POIN sebagai pelaksanaan CRM terhadap loyalitas pelanggan Telkomsel di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana jumlah populasi yang dijadikan sampel sebanyak 101 orang dengan metode *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Data dalam penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh CRM secara simultan sebesar 51,2% dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan dan sisanya 48,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Secara parsial sub variabel teknologi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan sub variabel manusia dan proses tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Customer Relationship Management (CRM)*, loyalitas pelanggan, manusia, proses, dan teknologi.