

# **PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK INDOWINES DI BALI**

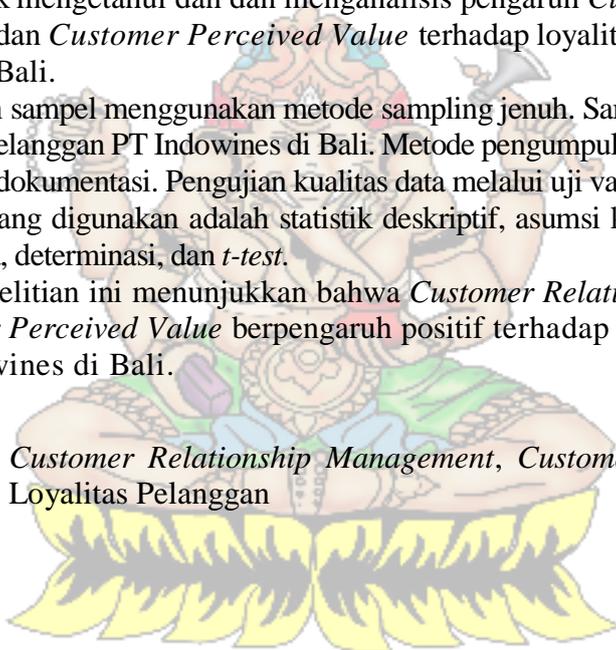
## **Abstrak**

Langkah yang paling penting dalam pemasaran yaitu membangun hubungan pelanggan yang menguntungkan atau *Customer Relationship Management* (CRM). Menarik dan mempertahankan pelanggan bisa menjadi tugas yang sulit. Pelanggan sering menghadapi kebingungan dalam memilih produk dan jasa. Pelanggan membeli dari perusahaan yang menawarkan *Customer Perceived Value* (nilai anggapan pelanggan) tertinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Customer Perceived Value* terhadap loyalitas pelanggan produk Indowines di Bali.

Penentuan sampel menggunakan metode sampling jenuh. Sampel dalam penelitian ini adalah 32 pelanggan PT Indowines di Bali. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Pengujian kualitas data melalui uji validitas dan reliabilitas. Alat analisis yang digunakan adalah statistik deskriptif, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, determinasi, dan *t-test*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* dan *Customer Perceived Value* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan produk Indowines di Bali.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, *Customer Perceived Value*, Loyalitas Pelanggan



UNMAS DENPASAR