

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurangnya penerapan *relationship marketing* pada PO Gunung Sembung Putra, *brand image* yang tidak sesuai dengan identitas perusahaan, juga rendahnya tingkat *customer satisfaction* yang berdampak kepada *customer loyalty* yang buruk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing*, *brand image*, dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pada PO Gunung Sembung Putra.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Jenis data yang digunakan untuk penelitian adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* jenis *simple random sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*) untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing*, *brand image*, dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *relationship marketing* dan *customer satisfaction* berada pada kategori kurang baik, *brand image* pada kategori baik, sedangkan *customer loyalty* pada kategori buruk. Hasil analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan *relationship marketing*, *brand image* dan *customer satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*.

**Kata Kunci:** *Brand Image, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Relationship Marketing*