

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada bisnis ritel yang ada di Indonesia tepatnya di kota Bandung dengan mengambil objek penelitian yaitu toserba yoga karena toserba yoga adalah salah satu perusahaan ritel di kota Bandung dengan jumlah member yang tinggi. Dikarenakan banyaknya jumlah ritel yang semakin berkembang sehingga menimbulkan persaingan yang ketat antar retailer. toserba yoga dituntut untuk memiliki strategi agar mendapatkan konsumen baru dan mempertahankannya atau loyal, Strategi itu disebut dengan *customer relationship marketing* dan Selain itu kepuasan juga di nilai mempengaruhi loyalitas konsumen. Untuk mengimplementasikannya yaitu dengan menggunakan sistem membership. Dari sini penelitian bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan konflik, kepuasan, loyalitas konsumen pada toserba yoga di kota Bandung, untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan konflik, terhadap kepuasan dan untuk mengetahui kepuasan terhadap loyalitas konsumen di kota Bandung, lalu tujuan yang terakhir adalah untuk mengetahui pengaruh semua variabel terhadap loyalitas konsumen.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan deskriptif, maka teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling dengan cara simple random sampling. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang berpartisipasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) untuk menganalisis data yang telah didapatkan. Lalu hasilnya memverifikasi bahwa kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan konflik dan kepuasan toserba yoga memiliki efek positif pada loyalitas konsumen.

Ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan akan meningkat jika toserba yoga meningkatkan hubungan variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan konflik dan kepuasan,

**Kata kunci : Kepercayaan, komitmen, komunikasi, penanganan masalah, kepuasan dan loyalitas konsumen.**