

ABSTRAK

Persaingan pada perusahaan jasa semakin meningkat, Adanya persaingan bisnis yang sangat ketat saat ini membuat para perusahaan membutuhkan berbagai informasi yang cepat dan metode analisis yang akurat. Agar dapat mempertahankan para pelanggannya RAD Research merupakan salah satu perusahaan research pasar yang menawarkan jasa penelitian dengan teknologi canggih dan biaya kompetitif. Cara mengetahui perusahaan memiliki pelanggan yang loyal (customer loyalty) atau tidak, dengan menggunakan pengukuran *Net Promoters Score* (NPS). *Net Promoters Score* (NPS) adalah scord yang hasilnya mencerminkan loyalitas pelanggan, skala angka NPS mulai dari 100 sampai 100. Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur loyalitas pelanggan pada pengguna jasa di RAD Research.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan instrumen yang digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan metode CATI. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan pertimbangan yaitu responden Pengguna Jasa di RAD RESEARCH di Indonesia. karna populasi yang digunkan diketahui maka pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 responden. Analisis data dengan menggunakan pendekatan Net Promoter Score (NPS), NPS sendiri yaitu metode pengukuran loyalitas pelanggan yang dikembangkan oleh Fred Reichheld. Dengan kategori sangat loyal ditunjukkan dengan nilai $NPS > 50$, Loyal dengan nilai $NPS = 0 - 50$, tidak loyal dengan nilai $NPS < 0$.

Hasil penelitian ini menunjukkan Nilai skor RAD Research berada di 33% yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki pelanggan yang loyal. mendapatkan kategori loyal dikarenakan kualitas pekerjaan yang sangat baik, pekerjaan diselesaikan tepat waktu, koordinasi dan komunikasi yang baik.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan, *Net Promoters Score*