

## ABSTRAK

**Rafshan Ridho Ilhamy, 2012/1208968: Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Garuda Miles PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Padang**

**Pembimbing: 1. Dr. Susi Evanita, MS  
2. Yunita Engriani, S.E, M.M.**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) menganalisa pengaruh *relationship marketing* terhadap loyalitas pelanggan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Padang. (2) menganalisa pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Padang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Padang. Sampel yang digunakan sebanyak 150 orang dengan metode *purposive sampling*. Data primer penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarikan kepada sampel/responden penelitian. Data yang telah terkumpul tersebut lalu dianalisis secara statistik dengan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS versi 21.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *relationship marketing* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Padang (2) kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk Padang.