

## ABSTRAK

Koperasi Nusantara adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa/layanan keuangan, mempunyai 208 kantor cabang, dan 1.444 karyawan di seluruh Indonesia. Salah satu kabar dari Koperasi Nusantara yaitu dengan melakukan kerja sama dengan Bank Kesejahteraan untuk melayani dengan memberikan dana talang Haji dan Umroh yang produknya sekarang diberi nama “Wisata Religi Haji&Umroh, Dari segi aset dan omzet Koperasi Nusantara masih dibawah Kospin Jasa dan Induk Koperasi Kredit, salah satu upaya untuk terus meningkatkan perusahaan yaitu dengan cara bagaimana agar pelanggan loyal terhadap perusahaan, Loyalitas pelanggan adalah salah satu hal yang membuat perusahaan tetap bertahan termasuk dalam hal ini Koperasi Nusantara Bandung, pelanggan yang loyal akan menunjukkan kesetiaannya sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari pelanggan tersebut. Salah satu hal yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah penerapan *Customer Relationship Management* dan Kopnus berupaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menerapkan *Customer Relationship Management*. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas pelanggan Koperasi Nusantara Bandung.

Untuk melakukan Penelitian ini dilakukan menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan objek penelitian Pelanggan Koperasi Nusantara Kota Bandung. Data penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner. Unit sampel penelitian ini berjumlah 100 orang pelanggan. Hasil penyebaran angket diolah dengan Microsoft Excel dan SPSS 25. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa *Customer Relationship Management* di Koperasi Nusantara Bandung berada dalam kategori sangat baik dengan skor 98%. Loyalitas Pelanggan Koperasi Nusantara berada dalam kategori sangat tinggi dengan skor 85%. *Customer Relationship Management* berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan Koperasi Nusantara 32,5% sementara 67,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Management & Loyalitas Pelanggan.*