

ABSTRAK

Mangga ATP Indramayu adalah Mangga Mang Atep yaitu salah satu usaha dimana usaha tersebut adalah menjadi pemasok buah mangga di beberapa UMKM, Terdapat penurunan penjualan terhadap usaha mangga ATP Indramayu pada tahun 2018 dan 2019. Hal ini terjadi karena ada penurunan harga, Semakin banyak barang/ mangga semakin turun pula harga mangga tersebut.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Relationship Marketing, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Intervening pada pelanggan mangga ATP Indramayu. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan responden sebanyak 120 responden dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan alat AMOS 23.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin baik Relationship Marketing, Harga dan Kualitas Produk dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan terhadap Pelanggan Mangga ATP Indramayu. Semakin baik Relationship Marketing, Harga dan Kualitas Produk dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan terhadap Pelanggan Mangga ATP Indramayu. Tingginya Kepuasan Pelanggan dapat meningkatkan Loyalitas Pelanggan terhadap pelanggan Mangga ATP Indramayu.

Kata Kunci: *Relationship Marketing, Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.*