

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan Untuk menganalisis pengaruh *salesmanship*, *kualitas* hubungan, dan nilai konsumen terhadap loyalitas konsumen dan juga untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh secara dominan diantara tiga variabel *salesmanship*, *kualitas* hubungan, dan nilai konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli mebel pada PT.MUSTIKA JATI JEPARA, Jl. KH. Wahid Hasyim KM 2, Jepara. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai kaitan dengan karakteristik populasi yang sudah ditentukan sebelumnya. Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *salesmanship*, *kualitas* hubungan dan nilai konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kemudian secara parsial variabel *kualitas* hubungan memiliki pengaruh signifikan yang paling tinggi terhadap loyalitas konsumen, sedangkan nilai konsumen memiliki pengaruh dengan tingkat signifikansi tertinggi kedua terhadap loyalitas konsumen, dan *salesmanship* memiliki pengaruh signifikan terendah terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci : *salesmanship*, *Kualitas* Hubungan, *customer relationship*, *customer service*, nilai konsumen