

ABSTRAK

ZALZA GALATHEA YEMIMA SEUBELAN, 19110099
***CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN PROGRAM LOYALITAS BERBASIS *MOBILE APP* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN: KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Skripsi : Program Studi Administrasi Bisnis, 2024
Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, Program Loyalitas, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

Customer Relationship Management (CRM) dan program loyalitas berbasis mobile app memungkinkan perusahaan untuk lebih mudah berinteraksi dengan pelanggan, memberikan layanan yang lebih personal, serta memperoleh data pelanggan yang lebih akurat sehingga bisa mendapatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga berperan sebagai variabel *intervening* yang memediasi hubungan antara CRM dan Program Loyalitas berbasis *mobile app* dengan loyalitas pelanggan. Kopi Kenangan menjadi salah satu bisnis yang menerapkan strategi CRM dan program loyalitas pada aplikasinya dengan tujuan meningkatkan retensi pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian dan transaksi melalui aplikasi Kopi Kenangan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Surabaya dan sekitarnya, sampel penelitian ini terdiri dari 96 orang. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner, penelitian ini menggunakan model Analisis *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan SmartPLS versi 4.0. Hasil pengujian hipotesis secara langsung pada penelitian ini menunjukkan bahwa CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, hal tersebut menandakan bahwa jika CRM meningkat maka Kepuasan Pelanggan meningkat. Sedangkan Program Loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kemudian hasil pengujian secara tidak langsung menunjukkan bahwa CRM tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, hal tersebut menandakan bahwa jika CRM semakin rendah maka Kepuasan Pelanggan semakin rendah dan berimbas terhadap Loyalitas Pelanggan. Sedangkan Program Loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.