

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Customer Relationship Management terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengambil lokasi di gerai Starbucks Lippo Mall Puri, Jakarta Barat. Sampel terdiri dari 150 responden yang mengunjungi gerai. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *Convenience Sampling*. Untuk menjawab perumusan masalah tujuan an hipotesis penelitian ini, maka analisis yang digunakan adalah analisis *Structural Equation Model* (SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable *Customer Relations Management* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel kepuasan pelanggan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : *Customer Relationship Managemen*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

The purpose of study is to determine the effect Customer Relationship Management to Customer satisfaction and customer loyalty. This study takes place in Starbucks Lippo Mall Puri store, West Jakarta. The sample consisted of 150 respondents who come to store. The Sampling technique in this research is Convenience sampling. To Answer the problem formulation of objective and hypotheses of this study, the analysis used is the analysis of Structural Equation Model (SEM)

The results showed that Customer Relationship Management variables un significant to Customer Satisfaction variable, and Customer Satisfaction variable un significant to Customer Loyalty.

Keywords: Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA