ABSTRAK

Mohammad Ali Faisol, Nomor Mahasiswa 152140041, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, Judul penelitian "Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya pada Loyalitas Pelanggan" (Studi pada Pelanggan Mirota Kampus Jalan Jogja-Solo Km 7 Babarsari), 2018. Dosen Pembimbing I Sigit Haryono dan Dosen Pembimbing II Sadeli.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Pelanggan, yang Dimediasi oleh Kepuasan pada Pelanggan Mirota Kampus Jalan Jogja-Solo Km 7 Babarsari. Penelitian ini menggunakan *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Mirota Kampus yang memiliki *member card*. Ukuran sampel pada penelitian ini 60 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *systematic random sampling* populasi tak terhingga. Teknik analisis data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial yang menggunakan metode *path analysis* atau analisis jalur.

Hasil penelitian ini menunjukan ada pengaruh signifikan antara *customer relationship management* terhadap kepuasan dengan nilai t-hitung = 5,676 < t-tabel = 2,001. Ada pengaruh signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t-hitung = 4,587 < t-tabel = 2,001. Ada pengaruh signifikan *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t-hitung = 2,099 < t-tabel = 2,001. Ada pengaruh signifikan antara *customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan dengan nilai t-hitung 3,751066 < t-tabel = 1,98.

Pada penelitian ini dibuktikan bahwa *Customer relationship management* terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan. Oleh karena itu Mirota Kampus harus meningkatkan *customer relationship management* dengan cara memahami pelanggan yang memiliki *member card* untuk menumbuhkan rasa emosional sehingga pelanggan merasa puas dan akan menjadi loyal.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management,* Kepuasan, Loyalitas Pelanggan