

ABSTRAK

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN *INTERACTIVE MARKETING* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABLE MEDIASI (Survei Pada Pelanggan Mixue Di Kabupaten Sleman)

ACHMAD MUBAROK

NIM 141210109

achmad.mbrk12@gmail.com

Dosen Pembimbing :

Dra. Sri Kussujaniatun, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Interactive Marketing* terhadap *Customer Loyalty* dimediasi *Customer Satisfaction* pada pelanggan Mixue di Kabupaten Sleman. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan menggunakan teknik kuesioner dalam bentuk Google Form yang disebarakan secara online kepada 100 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan program olah data SmartPLS 4.1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. *Interactive Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. *Customer Relationship Management* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. *Interactive Marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. *Customer Relationship Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi. *Interactive Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi. Variabel *Customer Loyalty* memiliki nilai *R-square* sebesar 0,677, yang berarti 67,7% variabel ini dipengaruhi oleh variabel independen dalam penelitian, sedangkan 32,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

Kata kunci: *Customer Relationship Management*, *Interactive Marketing*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*, dan Mixue.