

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Kasus Pengguna Mobil Toyota di Jepara Tahun 2020 ). Variabel independen yaitu *Customer Relationship Management*, dan variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dimana penelitian ingin membandingkan realita topik yang diangkat dengan teori yang ada. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah metode studi deskriptif , dengan sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa pelaksanaan CRM pada perusahaan Toyota memiliki persentase sebesar 82,5% yang berarti bahwa pelaksanaan CRM sudah dinyatakan sangat baik. Kemudian tingkat kepuasan pelanggan memiliki persentase sebesar 82,84%. Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh CRM terhadap kepuasan pelanggan maka penulis menggunakan software SPSS 23 for windows, sehingga diperoleh hasil 43,5% dengan pengertian bahwa keragaman dari kepuasan konsumen pengguna mobil toyota di jepara tahun 2020 dipengaruhi oleh adanya variabel CRM yang terdiri atas manajemen interaksi, pengembangan hubungan, kualitas pelayanan, dan perilaku karyawan. Sedangkan sisanya 56,5% ditentukan oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Adapun kesimpulan yang diperoleh bahwa pengaruh CRM terhadap Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh yang positif atau signifikan.

**Kata Kunci :** *Customer Relationship Management (CRM)*, Kepuasan Konsumen.