

ABSTRAK

Industri kreatif telah memberikan dampak yang positif terhadap perekonomian di Indonesia. Industri kreatif merupakan industri yang memproduksi barang atau jasa dengan keterampilan, kreativitas, bakat dan inovasi yang tinggi untuk menciptakan nilai jual yang baik. Kuliner merupakan salah satu dari tiga sub-sektor yang memiliki nilai serta potensi yang tinggi dalam kontribusi perekonomian di Indonesia.

Dengan peningkatan pada sub-sektor kuliner tersebut, membuat pertumbuhan industri penyedia makanan dan minuman seperti café dan resto serta *coffee shop* juga mengalami peningkatan. Peningkatan tersebut tentunya didasari oleh gaya hidup masyarakat yang telah berubah seperti menghabiskan waktu luang, mengerjakan tugas atau berkumpul dengan suasana yang baru. Adanya tren tersebut Raindear Coffee & Kitchen membuat makanan serta suasana restoran yang disesuaikan dengan gaya hidup masyarakat masa kini. Raindear Coffee & Kitchen berusaha untuk meningkatkan inovasi agar masyarakat tetap setia dan loyal serta merasa nyaman berada di Raindear Coffee & Kitchen. Hal tersebut berpotensi mempengaruhi kepuasan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *customer relationship management* (CRM) terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty*, dan memberikan pengetahuan kepada perusahaan dalam menganalisis strategi *customer relationship management* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* dengan cara mengetahui variable-variabel yang berpengaruh. Sampel yang diuji pada penelitian ini sebanyak 207 sampel pelanggan Raindear Coffee & Kitchen.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausal untuk mengetahui hubungan antar variabel, sifat hubungan sebab akibat, dan hubungan positif atau negatif dari variabel yang mempengaruhi. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder, data primer didapatkan dari hasil kuesioner dengan menggunakan format Google Form kemudian diolah menggunakan *software* SmartPLS versi 3.2.9, sedangkan data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari studi literatur, buku, jurnal, artikel, website, penelitian terdahulu dan Manajemen Raindear Coffee & Kitchen. Dalam pengujian ini menguji *outer model*, *inner model*, dan menggunakan *bootstrapping* untuk menguji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *P-values* pada *Customer Loyalty* ($0.000 < 0.05$), yang berarti bahwa pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan, serta pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* berpengaruh positif dan signifikan, dan *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan.

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