

Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Generasi Z yang Menggunakan Aplikasi Shopee di Kabupaten Bojonegoro), Hafifah, Ahmad Yani Syaikhudin, Siti Shoimah, 2025, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul ‘Ulum Lamongan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 responden, dengan populasi yaitu Generasi Z pengguna aplikasi Shopee di Kabupaten Bojonegoro. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan kriteria responden yaitu Generasi Z berusia 18–29 tahun dan pernah melakukan pembelian di Shopee minimal lima kali di wilayah Bojonegoro. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRM berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, serta CRM juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

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