

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh manajemen hubungan pelanggan (CRM) dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada PT Mitra Kargo Indonesia. Latar belakang penelitian dipicu oleh penurunan performa perusahaan akibat tantangan logistik global. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan SmartPLS 3.0 dan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRM dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan sebagai variabel mediasi. Saran manajerial yang diberikan mencakup peningkatan pendekatan CRM yang lebih personal dan berbasis data, penguatan dimensi kualitas layanan seperti keandalan dan ketepatan waktu, serta pengembangan sistem layanan yang responsif dan efisien untuk mendorong kepuasan pelanggan. Survei dan umpan balik berkala juga disarankan sebagai alat evaluasi kinerja layanan. Temuan ini menegaskan pentingnya sinergi antara CRM, kualitas layanan, dan kepuasan dalam membangun loyalitas jangka panjang.

Kata Kunci: Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM), Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan