

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang terjadi sekarang ini, dimana sektor pariwisata secara global terus meningkat. Perkembangan sektor pariwisata tentunya mempengaruhi pertumbuhan sosial ekonomi, dimana dalam sektor ekonomi memunculkan peluang bisnis dengan prospek yang baik, sekaligus menunjang sarana dan prasarana sektor pariwisata. Salah satu aspek yang dapat menunjang hal tersebut adalah *Cafe*, dimana secara lebih spesifik, *Cafe* tersebut digolongkan menjadi *Coffee Shop*. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Starbucks Trans Studio Mall Bandung.

Starbucks adalah salah satu *Cafe* terkemuka bertaraf internasional. Sebagai *Cafe* yang dikenal luas oleh masyarakat global, tentunya berbagai strategi diterapkan oleh Starbucks dalam menghadapi persaingan, salah satunya dengan penerapan *customer relationship management*.

*Customer relationship management* sebagai proses pengelolaan informasi rinci mengenai titik sentuhan (*touch points*) individual pelanggan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan. Terdapat tiga strategi yang dapat menunjang pelaksanaan program tersebut, yaitu: *financial benefits*, *social benefits*, dan *structural ties*. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah komitmen secara mendalam untuk melakukan pembelian ulang meskipun dimasa depan situasi berubah dan berpotensi mempengaruhi perubahan perilaku. Untuk menguji pelaksanaan program tersebut dan pengaruhnya terhadap loyalitas, maka dilakukan pengujian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana jumlah populasi yang dijadikan sampel sebanyak 100 responden dengan metode *non-probability sampling*. Data dalam penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer relationship management* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yaitu sebesar 79,5%, sedangkan sisanya 20,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** *Customer Relationship Management*, Loyalitas Pelanggan