

ABSTRAK

PT. Len Industri (Persero) sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang industri alat-alat elektronika dan Infrastruktur memiliki tantangan ke depan lebih berat dan kompleks untuk selalu memberikan yang terbaik kepada reseller. Keberlangsungan perusahaan bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menjaga para pelanggannya agar pelanggan mereka dapat loyal dengan perusahaan tersebut dan tidak berpindah dengan perusahaan yang lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* yang diolah menggunakan aplikasi olah data *SmartPLS*.

Fenomena dalam penelitian ini dieksplorasi dengan metode studi kasus. Teknik pengambilan data adalah dengan wawancara secara mendalam, observasi dan pengumpulan data sekunder. Narasumber yang terlibat adalah Manager Pemasaran, Account Eksekutif dan Admin. Narasumber Manager Pemasaran akan diwawancarai membentuk, memelihara dan mengevaluasi strategi *Customer Relationship Management*. Narasumber Account Manager akan diwawancarai mengenai pendekatan ke reseller untuk mendapatkan *Purchase Order*, dan Admin akan diwawancarai dokumentasi dokumen dan penerapan aplikasi CRM SAP.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Len Industri (Persero) sudah memiliki *Customer Relationship Management*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* yang baik. Dan berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa CRM secara positif berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* pada Penjualan Perangkat Retail E-KTP Nasional sebesar 58,1%, begitupun dengan *Customer Satisfaction* secara positif berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* sebesar 40,7%, *Customer Relationship Management* secara positif juga berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* sebesar 24,1% dan hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* secara positif berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* yang dimediasi oleh *Customer Satisfaction* pada Penjualan Perangkat Retail E-KTP Nasional sebesar 53,4%.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan evaluasi terhadap proses *Customer Relationship Management* di PT. Len Industri khususnya pada Penjualan Perangkat Retail E-KTP Nasional. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan arahan dalam meningkatkan *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty reseller* untuk mendukung dalam mewujudkan strategi bisnis mengoptimalkan profitabilitas perusahaan dengan mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*