

## ABSTRAK

Persaingan bisnis di industri coffee shop semakin ketat, dan perusahaan saat ini diharapkan memberikan yang terbaik untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Strategi yang bisa diimplementasikan oleh perusahaan adalah *Customer Relationship Management* yang melibatkan program loyalitas pelanggan dan peningkatan pelayanan pelanggan. Coffee Toffee telah melaksanakan beberapa program loyalitas seperti Web Coffee Toffee dan sistem poin dengan berbagai keunggulan, namun masih terdapat kekurangan yang perlu diperhatikan terkait web dan sistem poin yang dimiliki oleh Coffee Toffee..

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menganalisis pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* pelanggan Coffee Toffee cabang surapati Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan merupakan tipe penelitian kausal. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probabilitas. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 180 sampel pelanggan Coffee Toffee cabang surapati yang beromnibus di Kota Bandung. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui hasil kuesioner dengan menggunakan format Google Form kemudian diolah menggunakan software SmartPLS versi 3.2.9. Bahan sekunder untuk penelitian ini berasal dari tinjauan literatur, buku, jurnal, artikel, website, dan penelitian sebelumnya dan Manajemen Coffee Toffee cabang Surapati Bandung. Dalam pengujian ini menguji outer model, inner model, dan menggunakan bootstrapping untuk menguji hipotesis.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh kesimpulan bahwa *Customer Relationship Management* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction*, *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty*, dan *Customer Relationship Management* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *customer loyalty*.

**Kata Kunci:** *Coffee Shop*, Manajemen Hubungan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan