

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman telah mengalami transformasi signifikan dengan adopsi teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Sistem *customer membership* menjadi strategi penting untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pendekatan layanan *shared services*. Namun, evaluasi efektivitas sistem ini masih memerlukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kegunaan (*usability*) sistem keanggotaan pelanggan menggunakan *System Usability Scale (SUS)* pada bisnis *Food & Beverage Group CAATIS*. Metode SUS dipilih karena kesederhanaannya dalam mengukur kegunaan berbagai sistem. Studi ini memberikan wawasan bagi pemangku kepentingan untuk meningkatkan strategi *customer membership* dan menetapkan standar evaluasi sistem dalam lingkungan bisnis yang kompleks. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem *customer membership* memiliki Tingkat kegunaan yang sangat baik dengan skor 84,2 di mana ini masuk kategori “*Excellent*”, memberikan manfaat signifikan bagi bisnis dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *Customer Membership, System Usability Scale, Food & Beverage Group*