

Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening
(Studi pada Toko Alfamidi Jalan Sudanco Supriyadi No. 02 Malang)

Yuni Ristya

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang)
e-mail: Ristyayuni@gmail.com

Endi Sarwoko

Sugeng Hariyanto

(Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kanjuruhan Malang)

ABSTRAK: Tujuan Penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh customer relationship management terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, serta pengaruh customer relationship management terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan. Populasi adalah pelanggan Toko Alfamidi Jalan Sudanco Supriyadi Nomor 02 Malang yang aktif melakukan pembelian. Sampel berjumlah 90 responden yang diambil menggunakan teknik accidental sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur (path analysis). Hasil pengujian menunjukkan bahwa customer relationship management berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta customer relationship management berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan.

Kata kunci: customer relationship management, kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan, analisis jalur (path analysis)