

## ABSTRAK

Maria Fransiska Bella (01011180279)

### **PENGARUH *SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER SATISFACTION*, DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* TIKI *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT QUALITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.**

Pada penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Service quality*, *Customer satisfaction* dan *Customer value* terhadap *Customer loyalty* melalui media *Customer Relationship Management Quality* pada jasa ekspedisi TIKI. Penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan memperoleh data dari google form yang disebarakan kepada responden yang sesuai dengan kriteria peneliti. Masyarakat Indonesia menjadi pilihan peneliti dimana para responden pernah menggunakan jasa ekspedisi TIKI. Dalam pengolahan data ini peneliti menggunakan Smartpls 3.3.3 untuk melihat dan menganalisa model pengukuran outer model dan inner model. Pada outer model terdapat uji validitas dan reliabilitas dan inner model terdapat uji R<sup>2</sup>, T-statistik, *P-value*, dan melakukan pengujian hubungan kontruk variabel pada penelitian. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini menunjukkan variabel *Service quality* berpengaruh positif terhadap *Customer Relationship Management Quality*. Variabel *Customer satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Customer Relationship Management Quality*. Variabel *Customer value* berpengaruh positif terhadap *Customer Relationship Management Quality*. Variabel *Customer Relationship Management Quality* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty*. Variabel *Service quality* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty*. Variabel *Customer satisfaction* dan *Customer value* tidak berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty*. Terakhir variabel *Service quality*, *Customer satisfaction*, dan *Customer value* berpengaruh positif terhadap *Customer loyalty* dimediasi *Customer Relationship Management Quality*.

Keywords : *Service quality*, *Customer satisfaction*, *Customer value*, *Customer loyalty*, dan *Customer Relationship Management Quality*.