

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING*, *SOCIAL MEDIA MARKETING*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PRODUK MAMAMIKAN JAKARTA

Oleh

DAFINA SARAYA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *relationship marketing*, *social media marketing*, dan *service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada brand Mamamikan Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan objek penelitiannya yaitu pelanggan Mamamikan Jakarta di Jakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner dan wawancara yang disebarkan pada 100 responden. Data dianalisis secara statistik deskriptif dan analisis PLS-SEM dengan menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji outer model, inner model, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *social media marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan *service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adanya pengaruh dari ketiga variabel terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Relationship Marketing*, *Social Media Marketing*, *Service Quality*, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF RELATIONSHIP MARKETING, SOCIAL MEDIA MARKETING, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION ON THE MAMAMIKAN JAKARTA PRODUCT

By

DAFINA SARAYA

This study aims to examine the influence of relationship marketing, social media marketing, and service quality on customer satisfaction at the Mamamikan brand in Jakarta. The research uses a quantitative approach analyzed through PLS-SEM, with the research object being Mamamikan Jakarta customers in Jakarta. Data collection was carried out through questionnaires and interviews distributed to 100 respondents. The data were analyzed using descriptive statistics and PLS-SEM analysis with SmartPLS 4.0 software. The data analysis techniques used include outer model testing, inner model testing, and hypothesis testing. The results of this study show that relationship marketing has a positive and significant effect on customer satisfaction, social media marketing has a positive and significant effect on customer satisfaction, and service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The conclusion of this study is the influence of the three variables on customer satisfaction.

Keywords: Relationship Marketing, Social Media Marketing, Service Quality, Customer Satisfaction