

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh variabel *Customer Relationship Management* (CRM) dan Promosi dan Loyalitas Pelanggan di Toko Meubel Mitra Office Solution (MOS) Lumajang. Toko Meubel (MOS) ini adalah perusahaan yang memperjual belikan peralatan rumah tangga, kantor ataupun lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan dekripsi dan kausal dengan metode kuantitatif dan data analisis menggunakan regresi linier berganda. Sebanyak 60 responden disebarkan kepada pelanggan yang telah melakukan lebih dari satu pembelian untuk pengumpulan data. Ditemukan bahwa kedua variabel independent secara signifikan dan parsial mempengaruhi loyalitas pelanggan. CRM dan Promosi yang efektif berperan sangat penting dalam menarik pelanggan untuk melakukan pembelian berulang. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tujuan untuk mengetahui cara meningkatkan loyalitas pelanggan dengan melakukan pembelian berulang di Toko Meubel Mitra Office Solution (MOS) Lumajang.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management* (CRM), Promosi, Loyalitas Pelanggan, Toko Meubel Mitra Office Solution.

ABSTRACT

This study analyzes the influence of Customer Relationship Management (CRM) and Promotion variables and Customer Loyalty at the Mitra Office Solution (MOS) Furniture Store in Lumajang. This Furniture Store (MOS) is a store that sells various household, office, or other necessities. This study uses a descriptive and causal approach with quantitative methods and data analysis using multiple linear regression. A total of 60 respondents were distributed to customers who have made more than one purchase for data collection. It was found that both independent variables significantly and partially affect customer loyalty. Effective CRM and Promotion a very important role in attracting customers to make repeat purchases. This study is expected to be a goal to find out how to increase customer loyalty by making repeat purchases at the Mitra Office Solution (MOS) Furniture Store in Lumajang.