ABSTRAK

Persaingan bisnis pada sektor kuliner menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan guna meningkatkan loyalitas. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah *Customer Relationship Management* (CRM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Customer Orientation*, *Customer Interaction Management*, *Customer Retention*, dan *Technology-Based* CRM terhadap *Customer Loyalty* pada UMKM Dapoer Mom Alena. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 80 responden pelanggan dengan teknik *Purposive Sampling*. Pengukuran data menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta analisis regresi *linear* berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Orientation* dan *Customer Retention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*. Sementara itu, *Customer Interaction Management* dan *Technology-Based* CRM berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan lebih dipengaruhi oleh orientasi terhadap kebutuhan pelanggan dan upaya mempertahankan pelanggan dibandingkan pengelolaan interaksi dan pemanfaatan teknologi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi UMKM dalam merumuskan strategi CRM yang lebih efektif dan berorientasi pada pelanggan.

Kata kunci: *Customer Relationship Management*; *Customer Loyalty*; UMKM