

**ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN  
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DENGAN CRM/ CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAJEMEN (MANAJEMEN HUBUNGAN PELANGGAN)  
SEBAGAI VARIABLE MODERATING PADA  
PT. SIMPUR MOBIL LAMPUNG  
(BRAND DFSK MOTORS)**

**Oleh :**

**FIKRI ISHARANDI**

*f.isharandie.89tpl@gmail.com*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan penggunaan media sosial terhadap kepuasan pelanggan PT. Simpur Mobil Lampung (Brand DFSK Motors), dengan Customer Relationship Management (CRM) sebagai variabel moderasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner ber-skala Likert 5 poin yang dibagikan kepada 92 konsumen yang melakukan service kendaraan di bengkel resmi DFSK Lampung. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dan regresi moderasi melalui SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan kualitas pelayanan sebagai faktor paling dominan. Namun, CRM tidak terbukti memoderasi hubungan ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan, sehingga pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan media sosial bersifat langsung. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi manajemen PT. Simpur Mobil Lampung untuk meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan interaksi media sosial, serta mengelola CRM secara lebih efektif untuk memperkuat loyalitas dan kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Media Sosial, Customer Relationship Management, Kepuasan Pelanggan, DFSK Motors.