

ABSTRAK

Risma Mutiara, 2020510088, Pengaruh *Self Service Technology*, *Customer Relationship Management* dan *Customer Intimacy* Layanan ABS Mobile terhadap Loyalitas Anggota KSPPS Artha Bahana Syariah dengan *Customer Bonding* sebagai Variabel Intervening.

Loyalitas merupakan hal yang sangat penting untuk keberlangsungan KSPPS, akan tetapi tidak semua KSPPS memperhatikan loyalitas anggota. Maka peneliti akan meneliti bagaimana pengaruh *Self Service Technology*, *Customer Relationship Management* dan *Customer Intimacy* Layanan ABS Mobile terhadap Loyalitas Anggota KSPPS Artha Bahana Syariah dengan *Customer Bonding* sebagai Variabel Intervening. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif dengan sampel 100 anggota. Pengujian dan pengolahan data dengan software SmartPLS versi 4.

Hasil menunjukkan *Self service technology* tidak berpengaruh terhadap loyalitas anggota. *Customer relationship management* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. *Customer intimacy* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. *Customer bonding* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. *Self service technology* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer bonding*. *Customer relationship management* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer bonding*. *Customer intimacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer bonding*. *Customer bonding* berpengaruh positif signifikan memediasi hubungan antara *Self service technology* terhadap loyalitas. *Customer bonding* berpengaruh positif signifikan memediasi hubungan antara *customer relationship management* terhadap loyalitas anggota. *Customer bonding* berpengaruh positif signifikan memediasi hubungan antara *customer intimacy* terhadap loyalitas anggota.

Kata Kunci : *Self Service Technology*, *Customer Relationship Management*, *Customer Intimacy*, Loyalitas Anggota, *Customer Bonding*.