

**PENGARUH E-CRM MELALUI *WHATSAPP MEMBERSHIP GROUP*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA MINISO
PAYAKUMBUH DENGAN *CUSTOMER EXPERIENCE* SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Andalas*



Diajukan oleh:
Rabiatul Adawiyah
NIM 2210551014

Pembimbing:
Dr. Yindrizal, S.E., M.M
NIP 196411231993031002

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
KAMPUS PAYAKUMBUH**

2026

	No Alumni Universitas	RABIATUL ADAWIYAH	No Alumni Fakultas
	BIODATA a) Tempat / Tanggal Lahir : Koto Baru / 03 Desember 2003, b) Nama Orang Tua : Ujang D dan Resnawati c) Fakultas : Ekonomi dan Bisnis d) Prodi: Manajemen e) NIM : 2210551014 f) Tanggal Lulus : 17 Juni 2026 g) Predikat Lulus : Dengan Pujian h) IPK : 3,68 i) Lama Studi : 3 Tahun 10 Bulan j) Alamat Orang Tua : Jorong Koto Baru, Nagari Mungka, Kecamatan Mungka, Kabupaten Lima Puluh Kota		

Pengaruh E-CRM melalui WhatsApp Membership Group terhadap Customer Satisfaction pada Miniso Payakumbuh dengan Customer Experience sebagai Variabel Mediasi.

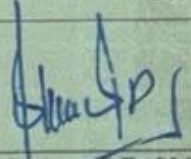
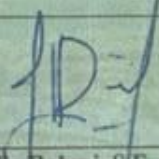
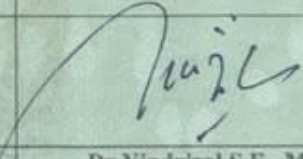
Skripsi oleh : Rabiatul Adawiyah
Pembimbing : Dr. Yindrizar, SE., MM

ABSTRAK

Meningkatnya penggunaan media digital mendorong Miniso Payakumbuh memanfaatkan *WhatsApp Membership Group* sebagai media *Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)*. Tujuan penelitian menganalisis pengaruh E-CRM terhadap *Customer Satisfaction* dengan *Customer Experience* sebagai variabel mediasi pada pelanggan Miniso Payakumbuh. Dengan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner dengan 180 responden. Analisis menggunakan SEM-PLS dengan bantuan *SmartPLS 4*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Experience* dan *Customer Satisfaction*. *Customer Experience* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. *Customer Experience* memediasi antara E-CRM terhadap *Customer Satisfaction*. Implikasi penelitian, Miniso Payakumbuh perlu mengoptimalkan *WhatsApp Membership Group* sebagai strategi E-CRM untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: E-CRM, WhatsApp Membership Group, Customer Experience, Customer Satisfaction

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 17 Juli 2026. Abstrak telah disetujui oleh:

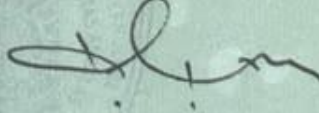
Tim Penguji	Ketua Penguji	Sekretaris Penguji	Pembimbing
Tanda Tangan			
Nama terang	Dr. Susiana, S.E., M.Si., Ak NIP 197203191993032002	Devi Yulla/Rahmi, S.E., M.Sc NIP 199307282019032017	Dr. Yindrizar S.E., M.M NIP 196411231993031002

Mengetahui :

Koordinator

FEB UNAND

Kampus Payakumbuh : Dr. Alfitman, SE., M.Sc
NIP 197508202001121001


Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas / Universitas	
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan: