

ABSTRAK

Peningkatan efektivitas konversi pelanggan dan kinerja ekonomi bisnis PT. XYZ merupakan faktor penting dalam memperkuat posisi perusahaan di pasar digital yang semakin kompetitif. PT. XYZ, sebagai bagian dari tim strategis pemasaran produk sister company, menghadapi tantangan signifikan dalam memahami pengaruh penerapan Customer Relationship Management (CRM), optimalisasi website berbasis Artificial Intelligence (AI), serta integrasi multi channel terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Meskipun perusahaan telah menerapkan berbagai teknologi dan strategi pemasaran, evaluasi lebih mendalam mengenai hubungan antar variabel tersebut diperlukan untuk mengoptimalkan kinerja bisnis secara menyeluruh.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan penerapan CRM terhadap konversi pelanggan berdasarkan peninjauan lebih lanjut terhadap customer satisfaction, serta pengaruh optimalisasi website berbasis AI terhadap kinerja ekonomi bisnis PT. XYZ berdasarkan peninjauan engagement rate. Selain itu, penelitian ini juga menelaah pengaruh integrasi multi channel terhadap loyalitas pelanggan melalui peninjauan customer retention.

Metode penelitian menggunakan survei kuesioner terhadap 100 pelanggan aktif website PT. XYZ. Data dianalisis dengan uji validitas, reliabilitas, normalitas, korelasi, dan paired T-Test untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan CRM berpengaruh positif dan signifikan secara linier terhadap konversi pelanggan berdasarkan customer satisfaction. Optimalisasi website berbasis AI memberikan pengaruh positif signifikan secara non-linier terhadap kinerja ekonomi bisnis yang diukur melalui engagement rate. Integrasi multi channel tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik, namun memberikan kontribusi positif secara linier terhadap loyalitas pelanggan berdasarkan customer retention.

Penelitian ini merekomendasikan PT. XYZ untuk mengimplementasikan strategi CRM yang terintegrasi dengan optimalisasi website berbasis AI dan pendekatan multi channel guna meningkatkan konversi pelanggan, loyalitas, serta kinerja ekonomi bisnis secara berkelanjutan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi landasan pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif dan inovatif di era digital.

Kata kunci: *Engagement rate, Customer Relationship Management, Loyalitas pelanggan, Konversi pelanggan, Kinerja ekonomi bisnis, Pemasaran digital.*