

ABSTRAK

UMKM merupakan motor penggerak ekonomi daerah, termasuk di Jawa Barat. Pertumbuhan UMKM Kabupaten Karawang mengalami kenaikan dan memiliki potensi besar, namun masih kalah dibandingkan daerah lain seperti Bogor atau Bandung. Adapun kontribusi sub-sektor kuliner menyumbang 28,40% pada tahun 2023 terhadap PDRB industri kreatif Karawang, menjadikannya sektor paling dominan. Hal ini menunjukkan terdapat persaingan usaha kuliner di Kabupaten Karawang yang semakin kuat, salah satunya UMKM Sayapku yang merupakan usaha olahan *fastfood* khususnya sayap ayam. Masalah yang terlihat pada penelitian ini adalah tantangan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah penurunan interaksi promosi media sosial dan keluhan terhadap pelayanan dari karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* dan *people* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel dalam penelitian adalah sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner terhadap pelanggan Sayapku. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*), analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada struktur I terdapat pengaruh secara simultan *social media marketing* dan *people* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 87,2%, secara parsial pengaruh *social media marketing* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 40,4% dan pengaruh *people* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 46,7%. Pada struktur II terdapat pengaruh *social media marketing*, *people* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan sebesar 87,4% sedangkan secara parsial pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 45,8%.

Kata Kunci: *Social Media Marketing, People, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*