

**ANALISIS *CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT (CRM)* DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Bengkel Yamaha Fanams Motor, Jaktim)**

SKRIPSI

**FIKA FAUZIAH
21160000227**



**PROGRAM STUDI SRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020/2021**

**ANALISIS *CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT (CRM)* DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Bengkel Yamaha Fanams Motor, Jaktim)**

SKRIPSI

**FIKA FAUZIAH
21160000227**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI SRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020/2021**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Bengkel Yamaha Fanams Motor, Jaktim)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 1 Maret 2021



FIKA FAUZIAH
NPM 21160000227

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

ANALISIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Bengkel Yamaha Fanams Motor, Jaktim)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 1 Maret 2021

Pembimbing,



Ir. Dwi Windu Suryono, MS

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramaditya, BBA, MSc

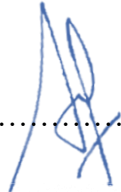
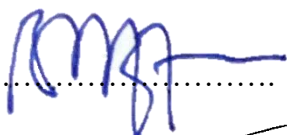
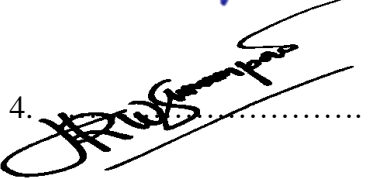
HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

ANALISIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Bengkel Yamaha Fanams Motor, Jaktim)

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal **26 Februari 2021** dengan nilai **A**.

Panitia Ujian Karya Ilmiah

1.  ; Muhammad Ramaditya, BBA, MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Ir. Dwi Windu Suryono, MS
(Pembimbing)
3.  ; Dr. Diah Pranitasari, SP, MM
(Anggota Penguji)
4.  ; Ruland Willy Jack S., SE, MSi
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Sekolah Tinggi Ilmi Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Diah Prinitasari, SP., MM dan Bapak Ruland Willy Jack S.,SE.,M.Si selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, MSc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA, MSc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Ibu Rai Widiani selaku Kepala Toko Fanams Motor, Bapak Nansyur selaku *Service Advisor*, Ibu Nurbaiti selaku *Service Counter*, Bapak Bayu selaku *Spare Part Counter*, Bapak Ade, Irfansyah, Agus, Maroef, Herman, dan Kuswandi selaku Teknisi yang telah memberikan izin penelitian dan membantu kelancaran penelitian ini.
6. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktunya dalam pengisian kuesioner.
7. Kedua orang tua peneliti (Bapak Farhan Muhammadiyah dan Ibu Yanti Mala) yang telah memberikan semangat, dorongan dan do'a yang tulus sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

8. Dicky Irwansyah yang selalu sabar menemani setiap proses penelitian ini dan memberikan ketenangan serta dukungan untuk memastikan penelitian ini tetap melangkah.
9. Teman-teman terdekat peneliti (Widya, Ulan, Hilmi, Dewi, dan Cocom) yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 1 Maret 2021



FIKA FAUZIAH
NPM 21160000227

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : FIKA FAUZIAH
NPM : 21160000227
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty- Free Right*) atas Karya Ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS *CUSTOMER RELATIONSHIP* MANAGEMENT (CRM) DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Studi pada Bengkel Yamaha Fanams Motor, Jaktim)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 1 Maret 2021

Yang menyatakan,



FIKA FAUZIAH

Fika Fauziah
NPM : 21160000227
Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Ir. Dwi Windu Suryono, MS

**ANALISIS *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT (CRM) DALAM MENINGKATKAN
KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN
(Studi pada Bengkel Yamaha Fanams Motor, Jaktim)**

ABSTRAK

Penerapan CRM pada suatu perusahaan secara tidak langsung dikatakan sebagai pengkomputerisasikan data pelanggan. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara CRM dengan kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui hubungan CRM dengan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metoda penelitian deskriptif kuantitatif yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Fanams Motor. Diketahui terdapat 82 responden pada penelitian ini. Adapun metoda yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi antara CRM dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,483, yang menunjukkan hubungan kedua variabel pada tingkat kategori sedang dan bersifat searah (positif). Hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi antara CRM dengan loyalitas pelanggan sebesar 0,652, yang menunjukkan hubungan kedua variabel pada tingkat kategori kuat dan bersifat searah (positif).

Hasil pengujian hipotesis dengan taraf nyata 5% membuktikan bahwa antara CRM dengan kepuasan pelanggan dan CRM dengan loyalitas pelanggan mempunyai hubungan yang signifikan.

Kata Kunci : Customer Relationship Management (CRM), kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

Fika Fauziah
NPM : 21160000227
Program Studi S1 Manajemen

Dosen Pembimbing :
Ir. Dwi Windu Suryono, MS

**ANALYSYS *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* IN
IMPROVING CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY
(Study at Yamaha Fanams Motor Workshop, East Jakarta)**

ABSTRACT

Implementation of CRM in a company is known as computerizing consumer data. So, the company knows what the customer needs and wants. The purpose of this study is to determine the relationship between CRM and customer satisfaction and to determine the relationship between CRM and customer loyalty. This study uses a quantitative descriptive research method carried out by distributing questionnaires to Fanams Motor customers. There are 82 respondents in this study. The method used is non probability sampling with purposive sampling technique.

The results showed that the value of the correlation coefficient between CRM and customer satisfaction was 0.483, which indicates that the relationship between the two variables is at the moderate category level and is unidirectional (positive). The results showed that the correlation coefficient between CRM and customer loyalty was 0.652, which indicates that the relationship between the two variables at the category level is strong and is unidirectional (positive).

The results of hypothesis testing with a real level of 5% prove that between CRM with customer satisfaction and CRM with customer loyalty have a significant relationship.

Keyword : Customer Relationship Management (CRM), customer satisfaction, customer loyalty.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1. Riview Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Pemasaran.....	12
2.2.2. Pemasaran Jasa	13
2.2.3 Bauran pemasaran	14
2.2.4. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	15
2.2.5. Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2.6. Loyalitas Pelanggan.....	20

	Halaman
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	22
2.3.1. Hubungan CRM terhadap kepuasan pelanggan	22
2.3.2. Hubungan CRM terhadap loyalitas pelanggan.....	23
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	24
BAB III METODA PENELITIAN.....	25
3.1. Strategi Penelitian.....	25
3.2. Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1. Populasi penelitian.....	26
3.2.2. Sampel penelitian	26
3.3. Data dan Metoda Pengmpulan Data	28
3.3.1. Jenis data dan sumber data	28
3.3.2. Metoda pengumpulan data	28
3.4. Operasionalisasi Variabel	32
3.4.1. Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	33
3.4.2. Variabel kepuasan pelanggan	33
3.4.3. Variabel loyalitas pelanggan	33
3.5. Metoda dan Analisis Data	34
3.5.1. Metoda pengolahan data.....	34
3.5.2. Metoda penyajian data.....	34
3.5.3. Analisis statistik data.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	38
4.2. Deskripsi Responden	40
4.2.1. Deskripsi responden berdasarkan usia.....	40
4.2.2. Deskripsi responden berdasarkan pembelian	40
4.3. Deskripsi Data	41

	Halaman
4.4. Hasil Pengujian Intrumen Penelitian	42
4.4.1. Hasil uji validitas	42
4.4.2. Hasil uji reliabilitas	44
4.5. Analisis Statistik Data	45
4.5.1. Koefisien korelasi	45
4.5.2. Uji hipotesis	45
4.6. Temuan Hasil Penelitian	48
4.6.1. Hubungan CRM dengan kepuasan pelanggan	48
4.6.2. Hubungan CRM dengan loyalitas pelanggan	49
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1. Simpulan	50
5.2. Saran	50
DAFTAR REFERENSI	52
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Data Responden Penelitian Berdasarkan Usia	40
Tabel 4.2 Data Responden Penelitian Berdasarkan Jumlah Pembelian Jasa.....	40
Tabel 4.3 Validitas Instrument Variabel <i>Customer Relationship Management (X)</i>	43
Tabel 4.4 Validitas Instrument Variabel Kepuasan Pelanggan (Y_1)	43
Tabel 4.5 Validitas Instrument Variabel Loyalitas Pelanggan (Y_2).....	44
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel CRM, Kepuasan Pelanggan	44
dan Loyalitas Pelanggan	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Diagram Skala Likert Variabel CRM (X)	41
Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Variabel Kepuasan Pelanggan (Y ₁).....	41
Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Variabel Loyalitas Pelanggan (Y ₂)	42
Gambar 4.4 Uji Parsial Hubungan CRM (X) dengan Kepuasan..... Pelanggan (Y ₁)	46
Gambar 4.5 Uji Parsial Hubungan CRM (X) dengan Loyalitas..... Pelanggan (Y ₂)	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	54
Lampiran 2. Struktur Organisasi CV Baghdad Fanams Motor	57
Lampiran 3. Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Variabel Bebas (X) dengan Variabel Terikat (Y)	58
Lampiran 4. Data Mentah Jawaban Responden	59
Lampiran 5. Hasil Perhitungan Validitas <i>Customer Relationship Management</i> (X)	62
Lampiran 6. Hasil Perhitungan Reliabilitas <i>Customer Relationship Management</i> (X)	65
Lampiran 7. Hasil Perhitungan Validitas Kepuasan Pelanggan (Y ₁).....	68
Lampiran 8. Hasil Perhitungan Reliabilitas untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y ₁)	71
Lampiran 9. Hasil Perhitungan Validitas Loyalitas Pelanggan (Y ₂).....	74
Lampiran 10. Hasil Perhitungan Reliabilitas untuk Variabel Loyalitasi Pelanggan (Y ₂)	77
Lampiran 11. Hasil Perhitungan untuk Menentukan Koefisien Korelasi antara Variabel CRM (X) dengan Kepuasan Pelanggan (Y ₁).....	80
Lampiran 12. Hasil Perhitungan Untuk Menentukan Koefisien Korelasi antara Variabel CRM (X) dengan Loyalitas Pelanggan (Y ₂).....	83
Lampiran 13. Surat Keterangan Penelitian.....	86
Lampiran 14. Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	87