

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT REMICON WIDYAPRIMA**

SKRIPSI



**Oleh:
Lisa Yolanda
130910003**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT REMICON WIDYAPRIMA**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana



Oleh:
Lisa Yolanda
130910003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, Februari 2017

Yang membuat pernyataan,

Lisa Yolanda

130910003

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP*
MANAGEMENT DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT REMICON WIDYAPRIMA**

Oleh

Lisa Yolanda

130910003

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

Guna memperoleh gelar Sarjana

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal

Seperti tertera di bawah ini

Batam, Februari 2017

Sri Afridola, S.E., M.M.

Pembimbing

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun belakangan ini, industri beton jadi mulai berkembang sangat pesat di Indonesia khususnya di Kota Batam. PT Remicon Widyaprima merupakan salah satu perusahaan penyedia beton jadi di Kota Batam. Penyebab rendahnya loyalitas pelanggan pada PT Remicon Widyaprima dikarenakan kurangnya hubungan baik dan komunikasi antara pihak perusahaan dengan pelanggan dan juga kurangnya kepuasan yang diterima oleh pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *customer relationship management* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Remicon Widyaprima. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas kuantitatif. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini adalah *sampling purposive*. Teknik pengumpulan data dengan data primer yaitu membagikan kuesioner kepada 112 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Responden adalah pelanggan PT Remicon Widyaprima yang melakukan pembelian dari bulan April sampai bulan Agustus 2016. Analisis teknis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS versi 21. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 51.11%. Hasil uji T menunjukkan nilai t hitung variabel *customer relationship management* sebesar 4,592 dan variabel kepuasan pelanggan sebesar 3,148. Kedua variabel nilainya lebih besar dari t tabel sehingga dinyatakan bahwa masing-masing variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Jadi dapat disimpulkan dari hasil analisis, variabel *customer relationship management* dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Remicon Widyaprima.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management*, *Kepuasan Pelanggan*, *Loyalitas Pelanggan*.

ABSTRACT

In past few years, readymix concrete industry has been growing very rapidly in Indonesia especially in Batam City. PT Remicon Widyaprima is a leading provider of readymix concrete in Batam City. Cause of low customer loyalty in PT Remicon Widyaprima due to lack of good relationships and communication between company and customers and also lack of satisfaction received by customers. This study aims to determine the effect of customer relationship management and customer satisfaction on customer loyalty at PT Remicon Widyaprima. This study is using causality quantitative research. Methods used are purposive sampling method. Data collection techniques with primary data is distributing questionnaires to 112 respondents that is being used as sample in this study. Respondents are customer of PT Remicon Widyaprima who made purchases from April to December 2016. Technical analysis data is using a multiple regression with the help of software SPSS version 21. Based on the test result obtained by the coefficient of determination (R^2) of 51,11%. T test result showed the value of variable t for 4,592 customer relationship management while the customer satisfaction t value is 3,148. The second variable is greater than t table which stated that each variable has significant influence on customer loyalty. So it can be concluded that the result of the analysis of both variable customer relationship management and customer satisfaction are positive and significant towards on customer loyalty at PT Remicon Widyaprima.

Keywords: *Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
3. Ibu Sri Afridola, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
5. Ibu Ling Ka Cu selaku Manager PT Remicon Widyaprima beserta seluruh karyawan yang telah memberikan izin dan membantu peneliti dalam mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan untuk menyusun Skripsi ini.

6. Ayah dan Ibu selaku orang tua tercinta yang selalu menyayangi anak-anaknya dengan sepenuh hati. Terima kasih sedalam-dalamnya Ananda ucapkan atas kesabaran, dukungan dan doa Ayah dan Ibu yang tidak henti-hentinya sampai saat ini.
7. Teman-teman seperjuangan Manajemen Stratra 1 (S1) Angkatan 2013.
8. Sahabat-sahabat terbaik penulis atas kebersamaan dan bantuan yang berarti bagi penulis.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.

Semoga Skripsi ini bermanfaat bagi kita bersama. Akhir kata, mohon maaf atas segala kekurangan yang ada pada Skripsi ini. Semoga dapat diperbaiki pada waktu mendatang baik oleh penulis sendiri maupun penulis lainnya sehingga ilmu dapat terus dikembangkan dan disempurnakan.

Batam, Februari 2017

Lisa Yolanda

130910003

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR RUMUS	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Perumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teoritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis	10
2.1.1 <i>Customer Relationship Management</i>	10
2.1.1.1 Definisi <i>Customer Relationship Management</i>	10
2.1.1.2 Konsep <i>Customer Relationship Management</i>	12
2.1.1.3 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	13
2.1.1.4 Hubungan CRM dengan Loyalitas Pelanggan	13
2.1.1.5 Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	14
2.1.2 Kepuasan Pelanggan	15
2.1.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	15
2.1.2.2 Manfaat Kepuasan Pelanggan	17
2.1.2.3 Strategi Kepuasan Pelanggan	18
2.1.2.4 Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan	20
2.1.2.5 Indikator Kepuasan Pelanggan	21
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	22
2.1.3.1 Definisi Loyalitas Pelanggan	22

2.1.3.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	24
2.1.3.3	Keuntungan Loyalitas Pelanggan	26
2.1.3.4	Tahap Pertumbuhan Loyalitas Pelanggan	26
2.1.3.5	Indikator Loyalitas Pelanggan	28
2.2	Penelitian Terdahulu	29
2.3	Kerangka Pemikiran	31
2.4	Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	33
3.2	Operasional Variabel	33
3.2.1	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	34
3.2.2	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	35
3.3	Populasi dan Sampel	36
3.3.1	Populasi	36
3.3.2	Sampel	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data	38
3.5	Metode Analisis Data	40
3.5.1	Analisis Deskriptif	40
3.5.2	Uji Kualitas Data	40
3.5.2.1	Uji Validitas	40
3.5.2.2	Uji Reliabilitas	41
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	42
3.5.3.1	Uji Normalitas	42
3.5.3.2	Uji Multikolonieritas	43
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas	43
3.5.4	Uji Pengaruh	44
3.5.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	44
3.5.4.2	Koefisien Determinasi (R^2)	44
3.5.4.3	Uji t (Pengujian Parsial)	45
3.5.4.4	Uji F (Pengujian Simultan)	45
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	46
3.6.1	Lokasi Penelitian	46
3.6.2	Jadwal Penelitian	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Profil Responden	48
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.2	Hasil Penelitian	53
4.2.1	Hasil Analisis Deskriptif	54

4.2.1.1 Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (X_1)	54
4.2.1.2 Variabel Kepuasan Pelanggan (X_2)	56
4.2.1.3 Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	57
4.2.2 Hasil Uji Kualitas Data	58
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas Data	58
4.2.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Data	60
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	61
4.2.3.1 Hasil Uji Normalitas	61
4.2.3.2 Hasil Uji Multikolonieritas	64
4.2.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
4.2.4 Hasil Uji Pengaruh	65
4.2.4.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	65
4.2.4.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67
4.2.4.3 Hasil Uji t	68
4.2.4.4 Hasil Uji F	70
4.3 Pembahasan	72

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	76
5.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA	78
----------------------	----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pertumbuhan Jumlah Pelanggan PT Remicon Widyaprima	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3.2	Skala Likert	39
Tabel 3.3	Jadwal Peneltiian	47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.5	Deskriptif Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (X ₁)	55
Tabel 4.6	Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (X ₂)	56
Tabel 4.7	Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Instrumen	59
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas dengan <i>One Sampel Kolmogrov-Smirnov Test</i>	63
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolonieritas	64
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.13	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 4.15	Hasil Uji t	69
Tabel 4.16	Hasil Uji F	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Manfaat Kepuasan Pelanggan	18
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Grafik Jenis Kelamin	49
Gambar 4.2 Grafik Usia	50
Gambar 4.3 Grafik Pendidikan Terakhir	51
Gambar 4.4 Grafik Pekerjaan	53
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Data dengan Histogram	61
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot	62

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin	37
Rumus 3.2 Koefisien Determinasi <i>Alfa Cronbach</i>	42
Rumus 3.3 Regresi Linier Berganda	44