

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CRM DAN  
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT ARMADA  
LINTAS SAMUDRA**

**SKRIPSI**



**Oleh :  
Lia Pujianti  
170910296**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CRM DAN  
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT ARMADA  
LINTAS SAMUDRA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh :  
Lia Pujianti  
170910296**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Lia Pujianti  
NPM : 170910296  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

**Pengaruh Kualitas Pelayanan, CRM dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Armada Lintas Samudra.**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 26 Januari 2021



**Lia Pujianti**  
170910296

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CRM DAN  
KEPERCAYAAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA PT ARMADA  
LINTAS SAMUDRA**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh :  
Lia Pujianti  
170910296**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 27 Januari 2021**



**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.**

**Pembimbing**

## ABSTRAK

Perusahaan jasa melakukan persaingan dalam menjual layanan sesuai yang dibutuhkan saat ini dengan ciri khas masing-masing untuk menarik pelanggan sebanyak mungkin agar menggunakan jasa mereka serta merasakan kepuasan terhadap jasa yang diterimanya. Untuk dapat memuaskan pelanggan, penyedia jasa harus memperhatikan beberapa hal yang pada akhirnya akan menimbulkan rasa loyalitas dari pelanggan bagi perusahaan penyedia jasa tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, CRM dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Armada Lintas Samudra. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan populasi sebanyak 118 orang. Instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang diambil adalah sampel jenuh yang berarti semua populasi dijadikan sampel. Data diolah menggunakan SPSS versi 26 dengan hasil penelitian diketahui  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu  $5,095 > 1,98027$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT Armada Lintas Samudra,  $t$  hitung CRM diketahui  $>$   $t$  tabel yaitu  $4,066 > 1,98027$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT Armada Lintas Samudra. Hasil  $t$  hitung kepercayaan pelanggan  $>$   $t$  tabel yaitu  $4,899 > 1,98027$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT Armada Lintas Samudra. Dan ada Kualitas Pelayanan, CRM dan Kepercayaan Pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Terbukti dengan hasil uji F (simultan) yang bernilai ( $F$  hitung)  $66,897 > 2,68$  ( $F$  tabel) dengan nilai signifikan pada  $0,000 < 0,05$ . Serta nilai R Square nya  $0,628$ .

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan; CRM; Kepercayaan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan.

## **ABSTRACT**

*Service companies compete in selling services as needed today with their respective characteristics to attract as many customers as possible to use their services and feel satisfaction with the services they receive. To be able to satisfy customers, service providers must pay attention to several things that will ultimately lead to a sense of loyalty from customers for the service provider company. This study aims to analyze the effect of service quality, CRM and customer trust on customer loyalty at PT Armada Lintas Samudra. This type of research is a quantitative study with a population of 118 people. The instrument used to collect data was a questionnaire. The sampling technique taken was saturated sample, which means that all populations were sampled. The data were processed using SPSS version 26 with the results of the study known  $t_{count} > t_{table}$ , namely  $5.095 > 1.98027$  with a significance value of  $0.000 < 0.05$ , which means that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty of PT Armada Lintas Samudra, CRM  $t_{count}$  is known  $t_{table}$  is  $4.066 > 1.98027$  with a significance of  $0.000 < 0.05$ , which means that CRM has a positive and significant effect on customer loyalty of PT Armada Lintas Samudra. The result of  $t_{count}$  of customer trust  $t_{table}$  is  $4.899 > 1.98027$  with a significance of  $0.000 < 0.05$ , which means that customer trust has a positive and significant effect on customer loyalty of PT Armada Lintas Samudra. And there are Service Quality, CRM and Customer Trust which together have a positive and significant effect on customer loyalty. Evidenced by the results of the F test (simultaneous) which is worth ( $F_{count}$ )  $66.897 > 2.68$  ( $F_{table}$ ) with a significant value at  $0.000 < 0.05$ . And the R Square value is 0.628.*

**Keywords:** *Service Quality; CRM; Customer Trust; Customer Loyalty.*

## KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang Maha Pengasih dan Lagi Maha Penyayang yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen di Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Karena itu, penulis bersedia menerima segala kritik dan saran. Dengan segala keterbatasan, penulis juga menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, pendapat dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si . selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E.,M.Si . selaku Pembimbing Skripsi penulis pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan bekal ilmu selama masa perkuliahan.
6. Bapak Nanda Harry Mardika, S.Pd., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
7. Orang tua penulis, saudara kandung penulis dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan motivasi, perhatian, nasehat serta doa kepada penulis.
8. Bapak Agustinus Nurwahyudi selaku pemilik PT Armada Lintas Samudra yang telah memberikan izin dan mendukung penelitian skripsi penulis.
9. Sahabat- sahabat penulis yang telah berjuang bersama-sama dalam penyelesaian skripsi.
10. Emha Mahbub Ahimsa yang telah memberikan dukungan dan nasihat kepada penulis.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih atas semuanya, atas segala doa dan dukungannya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan berkat dan kasih-Nya kepada kita semua. Amin.

Batam, 26 Januari 2021



Lia Pujianti

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah .....	9
1.4. Rumusan Masalah .....	10
1.5. Tujuan Penelitian .....	10
1.6. Manfaat Penelitian .....	11
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.6.2. Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	13
2.1. Landasan Teori .....	13
2.1.1. Kualitas Pelayanan .....	13
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.1.2. Karakter Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.1.3. Faktor Kurangnya Kualitas Layanan.....	15
2.1.1.4. Indikator Kualitas Pelayanan .....	16
2.1.2. <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	17



2.1.2.1. Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	17
2.1.2.2. Tingkatan <i>Customer Relationship Manajemen (CRM)</i> .....	19
2.1.2.3. Kegagalan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	19
2.1.2.4. Indikator <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	20
2.1.3. Kepercayaan Pelanggan.....	20
2.1.3.1. Pengertian Kepercayaan Pelanggan .....	20
2.1.3.2. Komponen Kepercayaan Pelanggan.....	22
2.1.3.3. Jenis Kepercayaan Pelanggan .....	23
2.1.3.4. Indikator Kepercayaan Pelanggan.....	23
2.1.4. Loyalitas Pelanggan .....	24
2.1.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	24
2.1.4.2. Roda Loyalitas Pelanggan .....	25
2.1.4.3. Strategi Mengembangkan Ikatan Loyalitas .....	26
2.1.4.4. Indikator Loyalitas Pelanggan. ....	27
2.2. Penelitian Terdahulu .....	28
2.3. Kerangka Berpikir.....	32
2.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	32
2.3.2. Pengaruh <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan. ....	33
2.3.3. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. ....	33
2.3.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, <i>Customer Relationship Management</i> dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. ....	34
2.4. Hipotesis Penelitian .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	37
3.1. Desain Penelitian .....	37
3.2. Operasional Variabel.....	37
3.2.1. Variabel Dependen.....	38
3.2.2. Variabel Independen .....	38
3.3. Populasi dan Sampel .....	39
3.3.1. Populasi .....	39
3.3.2. Sampel.....	40

3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5. Metode Analisis Data .....	41
3.5.1. Analisis Deskriptif .....	41
3.5.2. Uji Kualitas Data .....	43
3.5.2.1. Uji Validitas Data .....	43
3.5.2.2. Uji Reliabilitas .....	44
3.5.3. Uji Asumsi Klasik .....	44
3.5.3.1. Uji Normalitas .....	44
3.5.3.2. Uji Multikolinearitas .....	45
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas .....	46
3.5.4. Uji Pengaruh .....	46
3.5.4.1. Uji Regresi Linear Berganda .....	46
3.5.5. Uji Hipotesis .....	47
3.5.5.1. Uji Parsial (T-Test) .....	47
3.5.5.2. Uji F (Simultan) .....	49
Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	50
Lokasi Penelitian .....	50
3.6.2. Jadwal Penelitian .....	50
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	51
4.1. Hasil Penelitian .....	51
4.1.1. Deskripsi Profil Responden .....	51
4.1.1.1. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
4.1.1.2. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia .....	52
4.1.1.3. Deskripsi Karakteristik Responden Jenis Pekerjaan .....	53
4.1.1.4. Deskripsi Karakteristik Responden Lama Berlangganan .....	54
4.1.2. Analisis Deskriptif .....	54
4.1.2.1. Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	54
4.1.2.2. Deskriptif Variabel <i>Customer Relationship Management</i> ( $X_2$ ) .....	58
4.1.2.3. Deskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan ( $X_3$ ) .....	62
4.1.2.4. Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) .....	66
4.1.3. Hasil Uji Kualitas Data .....	70

4.1.3.1. Uji Validitas .....	70
4.1.3.2. Uji Reliabilitas .....	73
4.1.4. Uji Asumsi Klasik .....	74
4.1.4.1. Hasil Uji Normalitas.....	74
4.1.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas .....	76
4.1.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	77
4.1.5. Hasil Uji Pengaruh .....	78
4.1.5.1. Uji Analisis Linear Berganda .....	78
4.1.5.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	79
4.1.6. Pengujian Hipotesis.....	80
4.1.6.1 Hasil Uji Statistik T .....	80
4.1.6.2. Hasil Uji Statistik F (Simultan).....	81
4.2. Pembahasan .....	82
4.2.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	82
4.2.2. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	83
4.2.3. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	84
4.2.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, <i>Customer Relationship Management</i> dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	85
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>86</b>
5.1. Simpulan.....	86
5.2. Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1 Pendukung Penelitian	
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran.....	35
<b>Gambar 4. 1</b> <i>P</i> -plot Regression.....	74
<b>Gambar 4. 2</b> <i>Histogram Regresion Residual</i> .....	75
<b>Gambar 4. 3</b> Hasil Uji <i>Scatterplot</i> .....	77

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1. 1</b> Data Keluhan Pelanggan PT Armada Lintas Samudra.....	5
<b>Tabel 1. 2</b> Data Keterlambatan Pengiriman.....	7
<b>Tabel 1. 3</b> Data Jumlah Pelanggan Tahun 2016-2019 .....	8
<b>Tabel 3. 1</b> Operasional Variabel .....	38
<b>Tabel 3. 2</b> Skala Likert .....	41
<b>Tabel 3. 3</b> Kategori Rentang Skala .....	42
<b>Tabel 3. 4</b> Jadwal Penelitian .....	50
<b>Tabel 4. 1</b> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
<b>Tabel 4. 2</b> Responden Berdasarkan Usia.....	52
<b>Tabel 4. 3</b> Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
<b>Tabel 4. 4</b> Responden Berdasarkan Lama Berlangganan.....	54
<b>Tabel 4. 5</b> Deskripsi Respon Variabel Kualitas Pelayanan .....	55
<b>Tabel 4. 6</b> Deskripsi Respon Variabel <i>Customer Relationship Management</i> .....	59
<b>Tabel 4. 7</b> Deskripsi Respon Variabel Kepercayaan Pelanggan .....	62
<b>Tabel 4. 8</b> Deskripsi Respon Variabel Loyalitas Pelanggan .....	66
<b>Tabel 4. 9</b> Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	70
<b>Tabel 4. 10</b> Uji Validitas <i>Customer Relationship Management</i> .....	71
<b>Tabel 4. 11</b> Uji Validitas Kepercayaan Pelanggan .....	72
<b>Tabel 4. 12</b> Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan .....	72
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Reliabilitas.....	73
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	75
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	78
<b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	79
<b>Tabel 4. 18</b> Hasil Uji T.....	80
<b>Tabel 4. 19</b> Hasil Uji Statistik F .....	82

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3. 1</b> Rentang Skala .....	42
<b>Rumus 3. 2</b> Korelasi <i>Product Moment</i> .....	43
<b>Rumus 3. 3</b> <i>Variance Inflation Factor</i> .....	45
<b>Rumus 3. 4</b> Analisis Linear Berganda .....	46
<b>Rumus 3. 5</b> Uji t.....	46
<b>Rumus 3. 6</b> Fhitung.....	49