

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CRM  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT LOTUS  
KARYA GLOBALINDO DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Chatarine  
170910018**

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CRM  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT LOTUS  
KARYA GLOBALINDO DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Chatarine  
170910018**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Chatarine  
NPM : 170910018  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

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

### **Pengaruh Kualitas Produk dan CRM Terhadap Kepuasan Konsumen PT Lotus Karya Globalindo di Kota Batam**

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 di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar sarjana akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undang yang berlaku.

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

Batam, 27 Januari 2021



**Chatarine**  
170910018

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CRM  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT LOTUS  
KARYA GLOBALINDO DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Chatarine  
170910018**

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

**Batam, 27 Januari 2021**

*syaifullah*

**Syaifullah, S.E., M.M.  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Perusahaan tentu membutuhkan manajemen untuk dapat mengatur keuangan serta jalannya usaha tersebut. Manajemen dapat berupa Perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan, dan Pengendalian. Manajemen merupakan sebuah kekuatan dalam sebuah organisasi untuk mengelola Sumber Daya Manusia, pelaksanaan organisasi atau kegiatan, dan menjalankan visi dan misi untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan dapat dikatakan sukses jika memiliki manajemen yang bagus dan mendapat kepuasan konsumennya. Selain manajemen yang dibutuhkan, tentu adanya teknologi canggih yang dapat membantu pekerjaan manusia serta untuk mendapatkan informasi. Maka dari itu, perusahaan sangat dianjurkan dalam menjaga kualitas produk dan CRM pada perusahaan untuk mendapatkan kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk (X1) dan CRM (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) PT Lotus Karya globalindo di kota batam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan melakukan pengumpulan data dengan penyebaran kuisisioner melalui google form. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT lotus karya globalindo yang berjumlah 105 responden dengan menggunakan nonprobability sampling. Penelitian ini menggunakan alat pengolah data yaitu SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Adapun secara simultan menyatakan bahwa kualitas produk dan CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, CRM, dan Kepuasan Konsumen

## **ABSTRACT**

*Every company certainly need management to be able to manage their finances and business operations. Management can be in the form of planning, organizing, directing, and controlling. Management is a force in an organization to manage Human Resources, the implementation of the organization or activities, and carry out the vision and mission to achieve company goals. A company can be said to be successful if it has good management and gets customer satisfaction. Apart from the required management, of course there is advanced technology that can help human work and to obtain information. Therefore, companies are highly recommended to maintain product quality and CRM in the company to get customer satisfaction. In this study, researchers conducted research on the effect of product quality (X1) and CRM (X2) on customer satisfaction (Y) at PT Lotus Karya Globalindo in Batam City. The method used in this research is quantitative and performs data collection by distributing questionnaires via google form. The population in this study were 105 respondents using PT Lotus Karya Globalindo using nonprobability sampling. This study uses a data processing tool, namely SPSS 26. The results of this study indicate that partially state that product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, CRM has a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, simultaneously states that product quality and CRM have a positive and significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** *Product Quality, CRM, and Customer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur yang tidak terhingga atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNYA, 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 tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih 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;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Bapak Syaifullah, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing;
5. Seluruh dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kedua orang tua yang tercinta yang telah memberi dukungan dan doa kepada penulis;
7. Seluruh pihak PT Lotus Karya Globalindo atas izin dan kesempatan yang diberikan pada penelitian ini;
8. Para sahabat dan teman seperjuangan yang tercinta;
9. Serta kepada pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu hingga terselesaikan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas seluruh kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta Taufik-Nya, Amin.

Batam, 27 Januari 2021



Chatarine

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Batasan Masalah .....	6
1.4. Rumusan Masalah .....	6
1.5. Tujuan Penelitian .....	7
1.6. Manfaat Penelitian .....	7
1.6.1. Aspek Teoritis .....	7
1.6.2. Aspek Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Teori Dasar .....	9
2.1.1. Kualitas Produk .....	9
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Produk .....	9
2.1.1.2. Tingkatan Kualitas Produk .....	9
2.1.1.3. Perspektif Kualitas Produk .....	10
2.1.1.4. Faktor-Faktor Kualitas Produk .....	11
2.1.1.5. Dimensi Kualitas Produk .....	12
2.1.1.6. Indikator Kualitas Produk .....	13
2.1.2. <i>CRM (Customer Relationship Management)</i> .....	13
2.1.2.1. Pengertian CRM (Customer Relationship Management) .....	13
2.1.2.2. Faktor-Faktor <i>CRM (Customer Relationship Management)</i> .....	14
2.1.2.3. Manfaat <i>CRM (Customer Relationship Management)</i> .....	15
2.1.2.4. Unsur Utama <i>CRM (Customer Relationship Management)</i> .....	15
2.1.2.5. Indikator CRM (Customer Relationship Management) .....	16
2.1.3. Kepuasan Konsumen .....	17
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Konsumen .....	17
2.1.3.2. Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen .....	18
2.1.3.3. Indikator Kepuasan Konsumen .....	18
2.2. Penelitian Terdahulu .....	19
2.3. Kerangka Pemikiran .....	26
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	26



2.3.2.	Pengaruh <i>CRM (Customer Relationship Management)</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.3.3.	Pengaruh Kualitas Produk dan <i>CRM (Customer Relationship Management)</i> terhadap kepuasan konsumen .....	27
2.4.	Hipotesis .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
3.1.	Desain Penelitian.....	29
3.1.1.	Variabel Independen ( <i>Independent Variable</i> ).....	30
3.1.1.1.	Kualitas produk (X1).....	30
3.1.1.2.	<i>CRM (Customer Relationship Management)</i> .....	31
3.1.2.	Variabel Dependen ( <i>Dependent Variable</i> ).....	31
3.1.2.1.	Kepuasan Konsumen.....	31
3.2.	Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1.	Populasi .....	32
3.2.2.	Sampel.....	32
3.3.	Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.4.	Metode Analisis Data .....	33
3.4.1.	Analisis Deskriptif .....	33
3.4.2.	Uji Kualitas Data.....	34
3.4.2.1.	Uji Validitas Data.....	34
3.4.2.2.	Uji Reliabilitas Data.....	34
3.4.3.	Uji Asumsi Klasik .....	34
3.4.3.1.	Uji Normalitas.....	34
3.4.3.2.	Uji Multikolinearitas .....	34
3.4.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.4.4.	Uji Pengaruh.....	35
3.4.4.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
3.4.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi ( <b>R<sup>2</sup></b> ).....	35
3.4.5.	Uji Hipotesis.....	35
3.4.5.1.	Uji T .....	35
3.4.5.2.	Uji F .....	36
3.5.	Lokasi dan Jadwal .....	37
3.5.1.	Lokasi.....	37
3.5.2.	Jadwal Penelitian.....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>38</b>
4.1.	Profil Responden .....	38
4.1.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
4.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan .....	39
4.1.4.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	40
4.2.	Hasil Penelitian.....	40
4.2.1.	Analisis Deskriptif.....	40
4.2.1.1.	Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1).....	40
4.2.1.2.	Analisis Deskriptif Variabel <i>CRM (Customer Relationship Management)</i> (X2) .....	42
4.2.1.3.	Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	44

4.2.2.	Hasil Uji Kualitas Data.....	45
4.2.2.1.	Hasil Uji Validitas Data.....	45
4.2.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas .....	47
4.2.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.2.3.1.	Uji Normalitas .....	47
4.2.3.2.	Uji Multikolinearitas .....	50
4.2.3.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	51
4.2.4.	Hasil Uji Pengaruh .....	51
4.2.4.1.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
4.2.4.2.	Hasil Uji Koefisien Determinasi <b>R<sup>2</sup></b> .....	53
4.2.5.	Hasil Uji Hipotesis .....	53
4.2.5.1.	Hasil Uji T .....	53
4.2.5.2.	Hasil Uji F .....	54
4.3.	Pembahasan.....	55
4.3.1.	Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT Lotus Karya Globalindo.....	55
4.3.2.	Pengaruh <i>CRM (Customer Relationship Management)</i> ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT Lotus Karya Globalindo.....	56
4.3.3.	Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan <i>CRM (Customer Relationship Management)</i> ( $X_2$ ) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PT Lotus Karya Globalindo.....	56
	<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	57
5.1.	Kesimpulan.....	57
5.2.	Saran.....	57

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3.1. Alur Penelitian.....	29
Gambar 4.1. Hasil Histogram Uji Normalitas.....	48
Gambar 4.2. Hasil Diagram <i>Normal P-P Plot</i> Uji Normalitas .....	49

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Produk yang kurang berkualitas.....	2
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1. Skala Likert .....	33
Tabel 3.2. Jadwal Penelitian.....	37
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	39
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	40
Tabel 4.5. Hasil Pernyataan Variabel Kualitas Produk (X1) .....	41
Tabel 4.6. Hasil Pernyataan Variabel <i>CRM (Customer Relationship Management)</i> (X2) .....	43
Tabel 4.7. Hasil Pernyataan Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	44
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.10. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	50
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinieritas .....	50
Tabel 4.12. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	51
Tabel 4.13. Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi <b>R<sup>2</sup></b> .....	53
Tabel 4.15. Hasil Uji T.....	54
Tabel 4.16. Hasil Uji F.....	55

## DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1. Uji Validitas.....	34
Rumus 3.2. Regresi Linear Berganda .....	35
Rumus 3.3 Uji T.....	36
Rumus 3.4. Uji F .....	36