

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
USAHA BAKSO KEMBAR DI KOTA METRO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

GHOZI FHARHAN

NPM. 20610090

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

2024



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Customer Relationship Management (CRM) dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada usaha Bakso Kembar di Kota Metro. Latar belakang penelitian adalah adanya fluktuasi penjualan produk bakso pada home industri Bakso Kembar Kota Metro dari tahun 2019-2023, dengan penurunan yang signifikan pada tahun 2020-2021 akibat pandemi COVID-19. Hal ini mengindikasikan perlunya peningkatan kepuasan pelanggan melalui penerapan strategi CRM yang efektif.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan home industri Bakso Kembar Kota Metro. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) CRM berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, 2) Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan 3) CRM dan kepuasan konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Implikasi penelitian ini adalah perlunya home industri Bakso Kembar Kota Metro untuk menerapkan strategi CRM yang efektif dan meningkatkan kepuasan konsumen agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Customer Relationship Management (CRM), Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan, Home Industri Bakso Kembar Kota Metro

ABSTRACT

This study aims to analyse the effect of Customer Relationship Management (CRM) and customer satisfaction on customer loyalty at the Bakso Kembar business in Metro City. The background of the research is the fluctuation in sales of meatball products at the Bakso Kembar home industry in Metro City from 2019-2023, with a significant decline in 2020-2021 due to the COVID-19 pandemic. This indicates the need to increase customer satisfaction through the implementation of effective CRM strategies.

The research method used is a quantitative approach. The population in this study were customers of the Bakso Kembar home industry in Metro City. The sampling technique used accidental sampling with a sample size of 40 respondents. Data analysis using multiple linear regression analysis.

The results showed that: 1) CRM has a positive and significant effect on customer loyalty, 2) Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty, and 3) CRM and customer satisfaction simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty. The implication of this research is the need for the Bakso Kembar Metro City home industry to implement an effective CRM strategy and increase customer satisfaction in order to increase customer loyalty.

Keywords: *Customer Relationship Management (CRM), Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Home Industry Bakso Kembar Metro City*

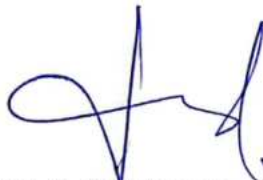
PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH CRM *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
USAHA BAKSO KEMBAR DI KOTA METRO**

Nama : Ghazi Fharhan
NPM : 20610090

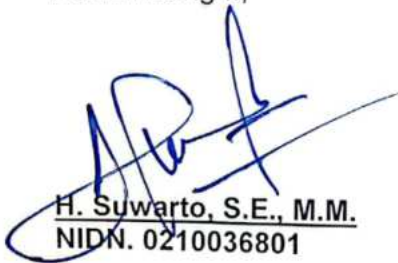
Metro, Juli 2024

Pembimbing I,



Dr. E. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

Pembimbing II,



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

Menyetujui

Ketua Program Studi Manajemen



Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901

PENGESAHAN

SKRIPSI


PENGARUH CRM *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
USAHA BAKSO KEMBAR DI KOTA METRO

Ghozi Farhan
20610090

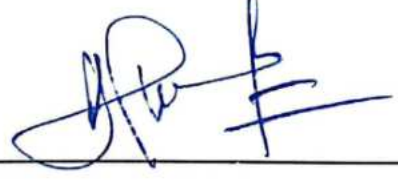
Telah dipertahankan didepan Penguji

Pada/hari tanggal : 19 Agustus 2024


Tim Penguji


Dr. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

,Ketua


H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

,Sekretaris


Dr. Yateno, S.E., M.M.
NIDN.0225046502

,Penguji Utama

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0210036801

HALAMAN MOTTO

"Bila kamu tak tahan lelahnya belajar, maka kamu harus tahan menanggung perihnya kebodohan"

(Al-Imam Asy-Syafi'i)

"Seungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum, sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

- QS Ar Rad 11

"Jangan biarkan ketakutan akan kegagalan menghentikan langkahmu; karena setiap langkah, sekecil apapun, mendekatkanmu pada tujuan, dan setiap jatuh adalah kesempatan untuk bangkit lebih kuat dan lebih siap menghadapi tantangan berikutnya. Hidup ini bukan tentang seberapa cepat kamu mencapai tujuan, tetapi tentang bagaimana kamu menikmati setiap proses, menghargai setiap detik perjalanan, dan belajar dari setiap momen yang telah kamu lalui."

(Ghozi Fharhan)

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat yang telah saya terima sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang memiliki peranan penting dalam kehidupan saya yaitu:

1. Yang paling berharga dan kucintai kedua orang tua ku Bapak Ratmono dan Ibu Sri Nuryati. Sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terimakasih yang tak terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Bapak dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang, pengertian dan dukungan penuh kepadaku sehingga dapat menyulut rasa semangat yang begitu besar nan sering kali ingin redup. Tiada kata yang dapat menggambarkan rasa terimakasih yang teramat besar ini. Semoga dengan ini akan menjadi Langkah awal untuk aku bisa menjadi kebanggan Bapak dan Ibu untuk kini dan nanti dimasa yang akan datang.
2. Untuk mbak esa putri hakiki, mas zaid ashidiq dan keponakanku tersayang hanan kahfi al farizki. Terimakasih telah memberikan semangat dan motivasi, baik secara langsung dan tidak langsung. Walaupun kita semua jarang bertemu semoga apapun yang sedang kita lakukan bermanfaat untuk diri sendiri, keluarga dan kedua orang tua kita.
3. Untuk dirimu tersayang ,support sistem terbaik setelah ibu bapak serta notifikasi favoritku selama ini,Unsa Izzati Dewi, terimakasih banyak atas semua dukunganmu selama ini dalam pengerjaan tugas akhir ini,terimakasih karena sudah tiada henti tuk selalu berkata “Kak,buru dikerjain besok bimbingan” “kak udah sampe mana??kalo bingung aku bisa bantu” dan mengingatkan apapun yang sudah menjadi kewajiban kita sebagai seorang mahasiswa. Tak cukup sampai disini saja, akan ada banyak kalimat terimakasih yang akan kuucapkan kedepannya dalam hal apapun dari segi apapun.
4. Terimakasih juga untuk sahabat sahabat terbaikku di kampus maupun di luar kampus Andre Agung Prayoga, M. Arif Ramadhani, Ahmad Jaka Surya Saputra, Ibnu Kusnaldi, Angga Wahyudi, Wisni Aji, Seftyan Dwi Putra, Sahrul Romadhon, Primadani Nugroho, Gilang Permadi, yang sudah mensupport dan membantu selama pembuatan skripsi ini hingga selesai.

5. Alamaterku tercinta Universitas Muhammadiyah Metro dan Almamater Merah Maroon ku tersayang IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, pembawa rahmat sekalian alam dan juga untuk keluarga, sahabat serta umat yang senantiasa istiqomah mengikutinya.

Penyusunan skripsi yang berjudul "**Pengaruh (CRM) *Customer Relationship Management* Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Bakso Kembar Di Kota Metro**". yang di ajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata Satu (SI) guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Universitas Muhammadiyah Metro.

Ucapan terima kasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dengan moral dan bantuan apapun yang sangat besar bagi penulis. Ucapan terima kasih terutama penulis sampaikan kepada :

1. Dr. Nyoto Suseno, M.Si., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro dan merangkap sebagai pembimbing II yang telah berkontribusi meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya sehingga penulis mampu menyelesaikan Proposal ini
3. Dr. E. Febriyanto, S.E., M.M Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro dan merangkap sebagai pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan yang sangat berguna sejak awal proses penyusunan dan penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Bapak dan ibu dosen Universitas Muhammadiyah Metro yang sabar, ikhlas dan tulus memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Almamater Universitas Muhammadiyah Metro yang telah membimbing, mendidik dan mendewasakan penulis dalam berfikir dan bertindak.

Penulis sangat menyadari sepenuhnya atas keterbatasan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan guna penyempurnaan karya penulis selanjutnya. Akhirnya penulis berharap semoga hasil penelitian yang telah dilakukan ini sekiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan keilmuan dan khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran.

Metro, Juli 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ghozi Farhan', with a large, sweeping initial 'G'.

GHOZI FHARHAN

20610090

SURAT PENYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ghozi Fharhan
NPM : 20610090
Prodi : S1 Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **“Pengaruh (CRM) *Customer Relationship Management* Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Bakso Kembar Di Kota Metro”**. Adalah karya saya dan bukan dari plagiarisme.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam Tesis ini, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan Gelar Akademik Magister Manajemen dan akan mempertanggungjawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, Agustus 2024



Ghozi Fharhan
20610090

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (*SIMILARITY CHECK*)

NOMOR. 0944/II.3.AU/F/UPI-UK/2024

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : Ghozi Fharhan
NPM : 20610090
JENIS DOKUMEN : Skripsi

JUDUL : PENGARUH CRM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA USAHA BAKSO KEMBAR DI KOTA METRO

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 15 Agustus 2024
Kepala Unit,


Dr. Nego Linuhung, M.Ed.
NIDN. 0220108801

Alamat

Jl. Ki Hajar Dewantara No 116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Lampung, Indonesia

Website: upi.ummetro.ac.id
E-mail: help.upi@ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PERSETUJUAN PEMBIMING.....	vii
PENGESAHAN	viii
HALAMAN MOTTO	ix
PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR	xi
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xiii
SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (<i>SIMILARITY CHEK</i>)	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah ..	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Kegunaan Penelitian.....	5
F. Sistematika Penulisan	6
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Definisi Manajemen pemasaran.....	7
1. Pengertian Pemasaran	7
2. Konsep <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	8
a. Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	9
b. Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	9
c. Strategis <i>Customer Relationship Management</i>	11
d. Konsep <i>Customer Relationship Management</i>	11
3. Definisi Kepuasan Konsumen	12
a. Definisi Kepuasan Konsumen.....	12

b. Ciri-ciri Konsumen yang Puas.....	13
c. Komponen Kepuasan Konsumen	13
d. Metode pengukuran Kepuasan Konsumen.....	14
e. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen	15
f. Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen	16
4. Definisi Loyalitas Pelanggan	17
B. Penelitian Relevan	18
C. Kerangka berpikir.....	20
D. Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	23
1. Jenis Penelitian	23
2. Objek dan Lokasi Penelitian	23
B. Populasi Dan Sampel	23
1. Populasi	23
2. Sampel.....	24
C. Definisi Operasional Variabel (DOV)	24
1. <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) (X_1)	24
2. Kepuasan Konsumen (X_2)	25
3. Loyalitas Pelanggan (Y)	25
D. Instrumen Penelitian	26
1. Metode Pengumpulan Data.....	27
2. Teknik Analisis Data	27
a. Uji Validitas	27
b. Uji Reliabilitas	28
3. Pengujian Persyarat Analisis	28
a. Uji Normalitas	28
b. Uji Linearitas	29
c. Uji Homogenitas	29
4. Pengujian Model Analisis	29
a. Analisis Regresi Berganda	29
b. Uji T (Signifikan Parsial)	30
c. Uji F (Simultan)	31
d. R^2 (Koefisien Determinasi)	31
e. Hipotesis Penelitian	32

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Bakso Kembar Tejo Agung	33
B. Hasil Analisis Deskriptif	34
1. Distribusi Frekuensi <i>Customer Relationship Management</i>	34
2. Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen	36
3. Distribusi Frekuensi Loyalitas pelanggan.....	37
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	39
1. Uji validitas	39
2. Uji reliabilitas	41
D. Uji Prasyarat Analisis	42
1. Uji Normalitas Data	42
2. Uji Linieritas	43
3. Uji Homogenitas	44
E. Uji Hipotesis	44
1. Persamaan Regresi dan Uji Parsial (t).....	44
2. Uji Simultan (f)	45
3. Koefisien Determinasi (R^2)	46
F. Pembahasan	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	48
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Judul Tabel	Halaman
1. Data Penjualan Bakso Kembar Kota Metro Tahun 2019-2023	2
2. Kisi-kisi Instrumen	26
3. Skor alternatif jawaban	27
4. Interval <i>Customer Relationship Management</i> (X_1).....	35
5. Interval Kepuasan Konsumen (X_2)	36
6. Interval Loyalitas pelanggan (Y).....	38
7. Hasil Validitas <i>Customer Relationship Management</i>	39
8. Hasil Validitas Kepuasan Konsumen.....	40
9. Hasil Validitas Loyalitas Pelanggan.....	41
10. Hasil Reliabilitas.....	41
11. Uji Normalitas data.....	42
12. Uji Linieritas Y atas X_1 dan X_2	43
13. Uji Homogenitas Data	44
14. Persamaan Regresi Berganda dan Parsial (t)	44
15. Uji Simultan (f)	45
16. Koefisien Determinasi (R^2)	46

DAFTAR GAMBAR

Judul Gambar	Halaman
1. Kerangka Berpikir	22
2. Histogram <i>Customer Relationship Management</i> (X_1)	35
3. Histogram kepuasan Konsumen	37
4. Histogram Loyalitas pelanggan (Y)	38
5. Scatter Plot Loyalitas Pelanggan	43

DAFTAR LAMPIRAN

Judul	Lampiran
Halaman	
1. Kerangka Berpikir	22
2. Histogram <i>Customer Relationship Management</i> (X_1)	35
3. Histogram kepuasan Konsumen	37
4. Histogram Loyalitas pelanggan (Y)	38
5. Scatter Plot Loyalitas Pelanggan	43