PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT ARMINDO PERKASA

TUGAS AKHIR SKRIPSI KUANTITATIF

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Periklanan Dan Komunikasi Pemasaran

Disusun Oleh :

RINAWATI

44316110084

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020

lib.mercubuana.ac.id

MERCU BUANA Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercubuana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT ARMINDO PERKASA**

Nama : RINAWATI

Nim : 44316110084

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang studi : Periklanan dan komunikasi pemasaran

Jakarta ,20 JANUARI 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Ketua Bidang Studi Marketing Komunikasi

(Yuni Tresnawati, M. Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyo,M.Com .,Ph.D)

Ketua Program Studi ilmu komunikasi

(Dr Farid Hamid Umarella, M.Si)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS
MERCU BUANA Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

JUDUL	: PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT ARMINDO PERKASA
Nama	: RINAWATI
Nim	: 44316110084
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang studi	: Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 20 Januari 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Dr. Yoyoh Hereyah,M.Si

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

MERCU BUANA Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

JUDUL	: **PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT ARMINDO PERKASA**
Nama	: RINAWATI
Nim	: 44316110084
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang studi	: Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 20 Januari 2021

Ketua Sidang ( )
Dewi Sad Tanti,M.Ikom

Penguji Ahli ( )
Kurniawan Prasetyo,S.Ikom.,M.Ikom

Pembimbing ( )
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercubuana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Nama	: RINAWATI
Nim	: 44316110084
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Bidang studi	: Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Armindo Perkasa adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebgaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan Tindakan Plagarisme, maka saya bersedia menerima saksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta 20 Januari 2021
Yang Membuat Pernyataan



Rinawati

Pembimbing

(Dr. Yoyoh Hereyah,M.Si)

Ketua Bidang Studi Periklanan
Komunikasi Pemasaran

(Yuni Tresnawati,M.Ikom)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

Universitas Mercu Buana Fakultas

Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan

Rinawati 44316110084

Pengaruh CRM terhadap loyalitas pelanggan PT Annindo perkasa

Jumlah Halaman : 5 BAB + Halaman + Lampiran Bibliografi : 31 Acuan, Tahun 1993-2019

ABSTRAK

Otomotif saat ini menjadi salah satu penopang ekonomi clan industri nasional. Untuk itu diperlukan program Customer Relationship Management (CRM) dalam menjalin hubungan dan mempertahankan pelanggan seiring dengan ketatnya pcrsaingan bisni! di bidang jasa dalam era kompctisi global

Penelitian ini berfokus mengenai pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap loyalitas pelanggan di PT Arminda Perkasa. Teori utama yang terdapat pada penelitian ini ialah teori SOR *(Stimulus-Organism-Response)* dimana Stimulus nya adalah CRM Organisme nya adalah manusia dan Responnya adalah Loyalitas

Dalam melakukan penelitian ini dipakai metode kuantitatif, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan mengajukan kuisoner kepada konsumen/perusahaan yang telah membeli produk di PT Annindo Perkasa. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli Kendaraan di PT Annindo Perkasa., Metode penelitian survei bertujuan untuk memperoleh data atau fakta-fakta yang tidak dapat diamati, keterangan masa lalu yang belum dicatat maupun dari sikap responden. Penelitian kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat, yaitu hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2015). Melalui data yang diperoleh penulis mencoba membandingkan hasil analisis tersebut dengan menggunakan metode analisis regresi linier sederhana

Hasil dari penelitian menunjukan Kualitas CRM dalam kualitas pelayanan dan kemampuan melayani pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian kembali pelanggan kepada sebuah perusahaan.

Kata kunci : Customer relationship management (CRM), loyalitas, pelan&gan, SOR, otomotif, komunikasi

lib.mercubuana.ac.id

Universitas Mercu Buana Fakultas

Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Periklanan

Rinawati 44316110084

Pengaruh CRM terhadap loyalitas pelanggan PT Annindo perkasa

Jumlah Halaman : 5 BAB + Halaman + Lampiran Bibliografi : 31 Acuan, Tahun 1993-2019

ABSTRACT

Currently automotive is becoming one of the pillars of the national economy and industry. For this reason, a Customer Relationship Management (CRM) program is needed in establishing relationships and maintaining customers in line with the intense business competition in the service sector in the era of global competition. This study focuses about the effect of Customer Relationship Management (CRM) to customer loyalty at PT Armindo Perkasa. The main theory that contained in this research is the theory of SOR (Stimulus-Organism-Response) where the stimulus is CRM, The organism is human and the response is Loyalty.

In conducting this research, quantitative methods are used, while data collection is carried out by submitting questionnaires to consumers/ companies that have purchased products at PT Armindo Perkasa. The population in this study are consumers who have purchased vehicles at PT Armindo Perkasa. The survey research method intend to obtain data or facts that cannot be observed, past information that has not been recorded and from the attitudes of the respondents. Causal research is research that looks for a causal relationship or effect, namely the relationship or influence of the independent variable (X) on the dependent variable (Y) (Sugiyono, 2015). Through the data that obtained, the author tries to compare the results of the analysis using the simple linear regression analysis method.

The results of this study indicate that the quality of CRM in service quality and ability to serve customers has a positive and significant effect on customer repurchases to a company.

Keywords: Customer relationship management (CRM), loyalty, customer, SOR, automotive, communicatio

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera, segala puji dan syukur bagi Tuhan yang maha Esa yang telah memberikan kemampuan, kekuatan, serta keberkahan baik waktu, tenaga, maupun pikiran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan makalah yang berjudul "PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOY ALITAS PELANGGAN PT ARMINDO PERK.ASA" tepat pada waktunya.

Dalam penyusunan makalah ini, penulis banyak mendapat tantangan dan hambatan akan tetapi dengan bantuan dari berbagai pihak tantangan itu bisa teratasi.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan pada penulisan makalah ini. Maka dari itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan dari pembaca sekalian. Penulis berharap semoga makalah ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR ..... **ii**
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **viii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Perumusan Masalah 6
1.3. Tujuan Penelitian 7
1.4. Manfaat Penelitian 7
BAB II **9**
TINJAUAN PUSTAKA **9**
2.1. Penelitian terdahulu 9
2.2. Kajian teoritis 16
2.3. Hipotesis teori 26
BAB III **28**
METODOLOGI PENELITIAN **28**
3.1. Tipe penelitian 28
3.2. Metode penelitian 28
3.3. Populasi dan sampel 29
3.3.1. Populasi 29
3.3.2. Sample 29
3.3.3 Teknik penarikan sample 30

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

3.4. Definisi konsep dan operasionalisasi konsep 30
3.4.1. Definisi konsep 30
3.4.2. Operasionalisasi Konsep 31
3.5. Teknik pengumpulan data 33
3.5.1 Data Primer 33
3.5.2 Data Sekunder 34
3.5.3 Uji Validitas dan Reabilitas (survey) 34
3.6 Teknik Analisa data 37
BAB IV 40
HASIL DAN PEMBAHASAN 40
4.1. Gambaran Umum objek Penelitian 40
4.2. Hasil Uji Statistik deskriptif 53
4.2.1. Karakteristik Responden 54
4.3. Uji Validitas 55
4.4. Uji Reliabilitas 59
4.5. Uji Normalitas 60
4.6. Pengujian Regresi Linier Sederhana. 61
4.7. Hasil Uji Hipotesis 65
4.8. Pembahasan hasil penelitian 65
BAB V 68
KESIMPULAN DAN SARAN 68
5.1. Kesimpulan 68
5.2. Saran 69
5.2.1 Saran Akademik 69
5.2.2 Saran Praktis 69
DAFTAR PUSTAKA 71
LAMPIRAN 76

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Terdahulu 1-5 13
Tabel 2. 2 teori S-O-R 17
Tabel 3. 1 Definisi konsep dan operasionalisasi konsep 31
Tabel 3. 2 tabel variable x (CRM) 32
Tabel 3. 3 Tabel variable Y (loyalitas) 33
Tabel 4. 1 Tabel Jumlah kusioner 53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 54
Tabel 4. 3 karakteristik responden berdasarkan usia 55
Tabel 4. 4 Hasil Pengujiaan validitas variable X, CRM (X1-X12) 56
Tabel 4. 5 Hasil Pengujiaan validitas variable Loyalitas(Y) 58
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Reabilitas Variabel (X) CRM 59
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Reabilitas Variabel (Y) Loyalitas 60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas antara Variabel X dan Variabel Y 60
Tabel 4. 9 Hasil pengujian Regresi 61
Tabel 4. 10 Hasil pengujian Anova 61
Tabel 4. 11 Hasil pengujian Anova 62
Tabel 4. 12 Grafik Uji Normal P-P plot 62
Tabel 4. 13 Grafik Uji Normal P-P plot 64
Tabel 4. 14 Grafik Scatter plot variable soft Skill 64

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram penjualan kendaraan menurut m.indotrading 1
Gambar 2. 1 Kerangka teori 26
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan 41
Gambar 4. 2 Lokasi Perusahaan 42
Gambar 4. 3 Susunan Kepemilikan Perusahaan 42
Gambar 4. 4 Susunan Organisasi 43
Gambar 4. 5 Diagram Jumlah Karyawan 43
Gambar 4. 6 Jumlah Karyawan per 2020 44
Gambar 4. 7 Data penjualan perusahaan per tahun 44
Gambar 4. 8 Dokumentasi saat Menerima Penghargaan 45
Gambar 4. 9 Ranger's Customer Gathering 46
Gambar 4. 10 Dutro Product Exhibition 46
Gambar 4. 11 Pelatihan Internal 47
Gambar 4. 12 Acara Kebersamaan 48
Gambar 4. 13 Jenis-jenis Produk yang di jual oleh PT Armindo Perkasa 49
Gambar 4. 14 Jenis Dutro 300 Series 49
Gambar 4. 15 Jenis Ranger 500 Series 50
Gambar 4. 16 Jenis Profia 700 Series 51
Gambar 4. 17 Jenis pelayanan servis berkala 51
Gambar 4. 18 Jenis produk part kendaraan 52

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian 76
Lampiran 2 Kuesioner 77

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id