

**Pengembangan Model CRM sebagai Sistem Informasi yang Terintegrasi
dalam Kaitan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen**

Skripsi

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Nita Amelia

Nim : 43109010208



FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

Pengembangan Model CRM sebagai Sistem Informasi yang Terintegrasi dalam
kaitan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi kasus PT. BSP)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen – Strata 1

Nama : Nita Amelia

Nim : 43109010-208



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nita Amelia

Nim : 43109010208

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi in adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 agustus 2013

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Nita Amelia

(43109010208)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nita Amelia

NIM : 43109010208

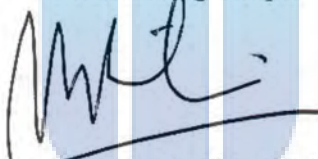
Program Studi : Manajemen S1

Judul Skripsi : Pengembangan Model CRM sebagai Sistem Informasi yang Terintegrasi dalam kaitan Kepuasan dan Loyalitas konsumen

Tanggal Lulus Ujian : Jakarta, 12 september 2013

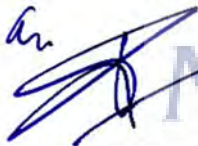
Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi



(Mochamad Rizki Sadikin BBA, MBA)

Dekan



(Dr. Wiwik Utami, Ak.CA)

Ketua Program Studi Manajemen-S1



(Dr. Rina Astini, SE.MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi

Pengembangan Model CRM sebagai Sistem Informasi yang Terintegrasi dalam
kaitan terhadap Kepuasan dan Loyalitas konsumen

Disusun oleh

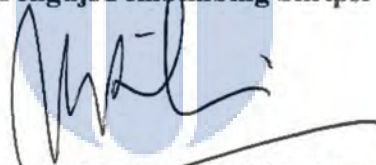
Nita Amelia

43109010-208

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 12 September 2013

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

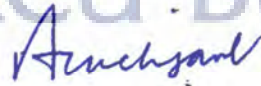


(Mochamad Rizki Sadikin BBA, MBA)

UNIVERSITAS

Anggota Dewan Penguji

MERCU BUANA



(Arisetyanto Nugroho, Dr, MM)

Anggota Dewan Penguji



(Luna Haningsih, SE, ME)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil alamiin puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan kesehatan sehingga penulisan skripsi yang berjudul “pengembangan model CRM sebagai sistem informasi yang terintegrasi dalam kaitan kepuasan dan loyalitas konsumen” (studi kasus PT. BIKA SOLUSI PERDANA (BSP)) dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program S1 manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis mendapat banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr.Ir. Dana Santoso Saroso, MengSc, selaku wakil rektor bid. Akademik dan kemahasiswaan yang telah banyak memberikan bimbingan dan ilmu, nasehat bantuan serta arahan kepada penulis.
2. Bapak Mochammad Rizki, BBA MBA, selaku dosen pembimbing yang memberikan masukan, motivasi dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh karyawan PT. Bika Solusi Perdana yang telah memberikan data dan ilmu yang sangat bermanfaat.
4. Orang tua saya Bapak Tarmizih dan Ibu Amanah beserta adik-adik saya Rinaldi Darmawan dan Muhammad Rendi Riadi, yang telah memberikan dukungan, motivasi, semangat yang tak ternilai harganya.

5. Dan sahabat-sahabat saya yang selalu hadir dan membantu serta euforia yang bergelora dukungan moril yang tak ternilai, yaitu Hilda Fitriningsih, Monika Tyas Apriliani, dan Nurul Robbayani
6. Alen boby, Asep Rusmana yang telah memberikan semangat, memotivasi dan mengajarkan kemandirian dalam penyusunan skripsi ini.
7. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu saya selama penyelesaian skripsi ini dan memberikan doanya.

Penulis sadar bahwa penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, sehingga saran dan kritik yang berguna bagi perbaikan penulisan dimasa yang akan datang saya sangat harapkan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan tambahan wawasan dan bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamualaikum wr.wb



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Agustus 2013

Nita Amelia

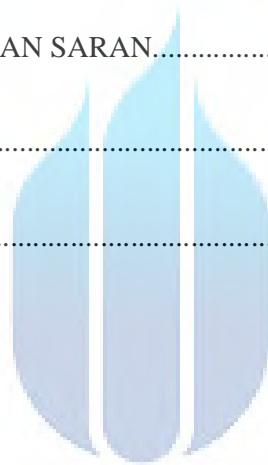
DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	4
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Manajemen.....	7
2.2 Pemasaran.....	7
2.3 Pemasaran Jasa.....	7
2.4 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	10
2.4.1 Tujuan CRM.....	12
2.4.2 Kunci Keberhasilan CRM.....	12
2.4.3 Komponen CRM.....	16

2.4.4 Model CRM.....	17
2.4.5 Tahapan Utama Rantai Nilai.....	18
2.5 Pelanggan.....	22
2.6 Kepuasan Pelanggan.....	22
2.6.1 Implementasi Kepuasan Pelanggan.....	24
2.6.2 Keuntungan Mencapai Kepuasan Pelanggan.....	26
2.6.3 Faktor Yang Harus Diperhatikan Mewujudkan Kepuasan Pelanggan.....	27
2.6.4 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	28
2.7 <i>Customer Loyalty</i>	28
2.7.1 Keuntungan <i>Customer Loyalty</i>	30
2.8 Penelitian Terdahulu.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Lingkup Penelitian.....	34
3.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....	34
3.2.1 Struktur Organisasi Perusahaan.....	35
3.2.2 Job Description.....	37
3.3 Objek Penelitian.....	45

3.4 Desain Penelitian.....	46
3.5 Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5.1 Populasi dan Sampel.....	48
3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	49
3.5.3 Pengumpulan Data.....	50
3.5.4 Wawancara Penelitian.....	50
3.5.5 Struktur Organisasi.....	52
3.6 Instrumen Penelitian.....	50
3.7 Teknik Analisis Data.....	53
3.8 Hubungan Variabel.....	54
3.9 Pengujian Kredibilitas Data.....	54
3.10 Kerangka Penelitian.....	56
BAB IV PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.1.1 Pedoman Mutu.....	57
4.2 Bisnis Proses.....	59
4.3 Interaksi Pelanggan Terhadap Bisnis Proses.....	60

4.4 Analisis Portofolio.....	66
4.5 Hubungan Pelanggan.....	67
4.6 Perancangan Model CRM.....	68
4.7 Pengembangan Model CRM.....	72
4.7 Analisis Portofolio Pelanggan.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan.....	78
5.2 Saran.....	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Komponen CRM.....	17
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	24
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. BSP.....	37
Gambar 3.2 Model Generalisasi Penelitian Kualitatif.	49
Gambar 3.3 Komponen dalam Analisis Data.	53
Gambar 3.4 Hubungan Variabel.....	54
Gambar 4.1 Bisnis Proses	59
Gambar 4.2 Prospek Nontender.....	62
Gambar 4.3 <i>Project Manajement</i>	63
Gambar 4.4 Realisasi Proyek.....	65
Gambar 4.5 Model Konseptual Kualitas Jasa	69
Gambar 4.6 Model CRM PT. BSP.	71
Gambar 4.7 Matriks Model CRM..	73
Gambar 4.8 Model CRM.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara pada PT. BSP.....80

Lampiran 2 Kuesioner Konsultasi PT. BSP.....83

