

**ANALISIS PENGARUH PROGRAM CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PT BBRAUN MEDICAL INDONESIA**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen



PRIHARYANTI OKTAVIANI

NIM 43109120104

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**

**ANALISIS PENGARUH PROGRAM CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PT BBRAUN MEDICAL INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana
Ekonomi (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Mercu Buana**



**PRIHARYANTI OKTAVIANI
NIM 43109120104**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA BARAT
2015**


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : PRIHARYANTI OKTAVIANI
NIM : 43109120104
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Program Customer Relationship
Management terhadap Loyalitas Pelanggan
PT. B Braun Medical Indonesia
Tanggal Lulus Ujian : 18 Desember 2014

Disahkan Oleh ;

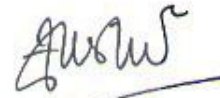
Pembimbing Skripsi

Ketua Penguji



(Priyono, SE, M.E.)

Tanggal:



(Hesti Maheswari, SE, M, Si.)

Tanggal:

MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
Manajemen S1



(Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA.)



(Dr. Rina Astini, S.E., MM)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Priharyanti Oktaviani

NIM : 43109120104

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Program *Customer Relationship Management*
terhadap Loyalitas Pelanggan PT. B Braun Medical Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya sebagaimana yang berjudul diatas, benar-benar hasil karya saya sendiri.
2. Skripsi saya bukan hasil plagiat atau menyalin dari skripsi orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab untuk dapat dipergunakan oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, Januari 2015

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Priharyanti O



NIM: 431091201

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa penulis sampaikan shalawat serta salam kepada junjungan Nabi Muhamad SAW yang telah memberikan syafa'at kepada kita semua.

Atas rahmat dan hidayah Allh SWT, dan didorong oleh niat yang tulus akhirnya penulis dapat menyusun skripsi ini dengan baik yang berjudul “**Analisis Pengaruh Program Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Pelanggan PT. B Braun Medical Indonesia**”.

Penulis menyadari bahwa sebuah keberhasilan tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak baik moril maupun material. Untuk itu dengan hati yang tulus penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir Arisetyanto Nugroho, MM. Selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak, MS, CA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Rina Astini, SE, ME selaku Ketua Pogram Studi S1 Manajemenen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Priyono SE, ME selaku pembimbing I yang telah membimbing penulis.
5. Segenap dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

6. Bapak Manager yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data.
7. Teristimewa kepada Suami (Deddy Hediensyah), Anak (Muhammad Putra Alfiayah), Ayah dan Ibunda tercinta serta saudara-saudara yang telah memberikan semangat, bantuan moril maupun materiil.
8. Rekan-rekan dan handai taulan yang telah ikut membantu penulis baik selama perkuliahan maupun selama penelitian.

Penulis merasa skripsi ini belum sempurna, maka kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, sehingga skripsi ini dapat mencapai hasil yang diharapkan. Amin !



Tangerang, Januari 2015

UNIVERSITAS Penulis
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang masalah	1
B. Perumusan Masalah Penelitian	3
C. Pembatasan Masalah	3
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1. Tujuan Penelitian	4
2. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Pemasaran	6
B. Nilai Pelanggan	9
C. Persepsi Pelanggan tentang Nilai	11
D. <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	16

1. Definisi <i>Customer Relationship Management</i>	16
2. Tujuan dan Manfaat CRM.....	18
3. Perencanaan CRM.....	24
E. Loyalitas Pelanggan	25
1. Definisi Loyalitas Pelanggan.....	25
2. Faktor-faktor untuk Mengembangkan Loyalitas	26
3. Faktor Pengukuran Loyalitas.....	27
4. Tahap Pembentukan Loyalitas Pelanggan.....	28
5. Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	29
6. Jenis Loyalitas	30
F. Strategi Mempertahankan Pelanggan	31
1. Keuntungan Loyalitas Pelanggan.....	32
G. Hubungan antara Customer Relationship Management dengan Loyalitas Pelanggan	32
H. Kerangka Pemikiran	34
I. Hipotesis	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
B. Desain Penelitian.....	36
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	37
1. Variabel Penelitian	37
2. Operasional Variabel.....	37
3. Pengukuran Variabel	39
D. Populasi dan Sampel Penelitian	39
1. Populasi	39
2. Sampel	40
3. Metode Pengambilan Sampel.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Jenis Data	42
G. Metode Analisis Data.....	43

1. Uji Validitas dan Reliabilitas	43
2. Analisis Regresi Linier Sederhana	44
3. Koefisien Determinasi	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	47
1. Sejarah Singkat Perusahaan	47
2. Struktur Organisasi	49
3. Pelaksanaan CRM pada PT. B Braun Medical Indonesia	52
B. Hasil Penelitian	55
C. Pengujian Persyaratan Analisis	58
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	58
2. Pembahasan Analisis Regresi yaitu Pengaruh Faktor CRM terhadap Loyalitas Pelanggan	62
D. Pengujian Hipotesis	66

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	67
B. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Variabel CRM	35
Tabel 3.2	Variabel Loyalitas Pelanggan	36
Tabel 4.1	CRM.....	55
Tabel 4.2	Loyalitas.....	56
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas CRM.....	58
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	58
Tabel 4.5	Interpretasi Koefisien Korelasi	59
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas CRM.....	59
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Pelanggan.....	59
Tabel 4.8	Penentuan Skor Hasil Kuesioner.....	60
Tabel 4.9	Respons terhadap CRM dengan Loyalitas Pelanggan	60

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2	Hasil Uji Validitas untuk CRM.....	71
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas untuk Loyalitas Pelanggan	72
Lampiran 4	Hasil Kuesioner untuk CRM	73
Lampiran 5	Hasil Kuesioner untuk Loyalitas Pelanggan	74
Lampiran 6	Hasil SPSS Frekuensi.....	75
Lampiran 7	Hasil SPSS Validitas	77
Lampiran 8	Hasil SPSS Reliabilitas	79
Lampiran 9	Hasil SPSS Regresi Sederhana.....	81

