

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh CRM yang selanjutnya akan berdampak kepada loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh program Customer Relationship Management terhadap loyalitas pelanggan PT. B Braun Medical Indonesia. Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal yaitu penelitian untuk mengetahui pengaruh antara satu atau lebih variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependen variable*) dengan menghitung regresi sederhana dan dalam hal ini pengaruh antara program *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan PT. B Braun Medical Indonesia dan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 30 orang.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji hipotesis dilakukan dengan uji determinasi, uji ini sama dengan uji **R squared**, menyatakan besarnya pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui normal tidaknya suatu data dapat dilihat dari hasil *Asymp.Sig. (2-tailed)* dengan taraf signifikansi 5% (0,05).

Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran bahwa adanya hubungan yang signifikan antara CRM terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini berdasarkan analisis data yang diperoleh dari $r_{hitung} > r_{tabel}$, pada taraf kepercayaan 0,05 dan $N= 30$, maka diperoleh hasil, $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0.764 > 0.361$) dengan signifikasinya 0,000. Ini berarti hubungannya kuat antara CRM terhadap Loyalitas Pelanggan. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada organisasi selain medical, dengan lingkup penelitian diperluas.

Kata Kunci : CRM dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study discusses how the influence of CRM which will further impact on customer loyalty. The purpose of this study was to determine the effect of Customer Relationship Management programs on customer loyalty PT. B Braun Medical Indonesia. Design research is causal research is research to determine the effect of one or more independent variables (independent variables) on the dependent variable (the dependent variable) by calculating the simple regression and in this case the effect of the program Customer Relationship Management (CRM) customer loyalty.

In this study population is customer PT. B Braun Medical Indonesia and sampling in this study is 30 people.

This study used a descriptive analysis methods and analytical tools used in this research is simple regression to determine the effect of independent variables (X) on the dependent variable (Y). Hypothesis testing is done with determination test, this test together with R squared test, stating the magnitude of the effect of all independent variables on the dependent variable. To determine whether a normal data can be seen from the results Asymp.Sig.(2-tailed) with a significance level of 5% (0.05).

The results of this study can be a picture that a significant relationship between CRM to customer loyalty. It is based on analysis of data obtained from r count> of r table, at the level of 0.05 and N = 30, the obtained results, the count r> r table (0764> 0361) with a significance of 0.000. This means a strong relationship between CRM for Customer Loyalty. For further research is recommended to do some research on the organization in addition to medical, with expanded research scope.

Keywords: CRM and Customer Loyalty.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA