

**ANALISIS PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP*  
*MANAGEMENT* (CRM) TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI PT INDOMOBIL TRADA NASIONAL  
RADIN INTEN**

***ANALYSIS OF INFLUENCE THE CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT (CRM) TO CUSTOMER SATISFACTION  
IN PT INDOMOBIL TRADA NASIONAL RADIN INTEN***

Oleh

**Edwin Yudha Pratama**

**2014410072**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik dan Melengkapi  
Sebagian dari Syarat–Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana untuk Ekonomi (S1)

Jurusan Manajemen



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2018**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Edwin Yudha Pratama  
NIM : 2014410072  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management*  
(CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Indomobil  
Trada Nasional Nissan Radin Inten

Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, 8 Februari 2018

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Menyetujui,

Pembimbing

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM) (Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

## LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Edwin Yudha Pratama

NIM : 2014410072

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management*  
(CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Indomobil  
Trada Nasional Nissan Radin Inten

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dalam sidang Ujian Skripsi Sarjana pada

Tanggal, 13 Februari 2018 dengan hasil A

Jakarta, 13 Februari 2018

Pembimbing

Ellena Nurfazria H, SE, MM

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Dr. Firsan Nova, MM

Ellena Nurfazria H, SE, MM

Drs. Fauzi Baisyir, MM

Dekan

Ketua Jurusan

Sukardi, SE, MM

Ellena Nurfazria H, SE, MM

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Edwin Yudha Pratama

NIM : 2014410072

Jurusan / Peminatan : Manajemen / Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **ANALISIS PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT INDOMOBIL TRADA NASIONAL RADIN INTEN** yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata diketemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 Februari 2018

Yang Membuat Pernyataan,

Edwin Yudha Pratama

## ABSTRAK

Nama : Edwin Yudha Pratama NIM : 2014410072 Judul : Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management*(CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Indomobil Trada Nasional Nissan Radin Inten.

Kata Kunci : *Customer Relationship Management*, CRM, Kepuasan Pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *customer relationship management*(CRM) terhadap kepuasan pelanggan di PT Indomobil Trada Nasional Nissan Radin Inten. Penelitian ini dilakukan dengan metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner pada 120 responden yang merupakan pelanggan yang melakukan servis PT Indomobil Trada Nasional Nissan Radin Inten. Teknik analisis data menggunakan *microsoft excel* untuk analisis deskriptif dan SPSS untuk regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan hubungan antara *customer relationship management* (CRM) terhadap kepuasan pelanggan sangat kuat dengan nilai korelasi sebesar 0,932. *customer relationship management* (CRM) mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 86,8%. Dari hasil regresi nilai konstanta ( $a$ ) sebesar 0,366, dan nilai koefisien regresi ( $b$ ) bernilai positif sebesar 0,916. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *customer relationship management* maka semakin tinggi pula nilai kepuasan pelanggan, dan sebaliknya semakin rendah nilai *customer relationship management* maka semakin rendah pula nilai kepuasan pelanggan.

Dari hasil penelitian ini perusahaan diharapkan dapat meningkatkan *customer relationship management* dengan cara meningkatkan komitmen, komunikasi dan kualitas pelayanan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

## ABSTRACT

Name : Edwin Yudha Pratama NIM :2014410072 Title : *Analysis of Influence The Customer Relationship Management (CRM) to Customer Satisfaction In PT Indomobil Trada Nasional Radin Inten*

Keywords : *Customer Relationship Management, CRM, Customer Satisfaction*

*The purpose of this study is to determine the effect of customer relationship management (CRM) on customer satisfaction in PT Indomobil Trada Nasional Nissan Radin Inten. This research was conducted by data collection method by distributing questionnaires to 120 respondents who are customers who perform service in PT Indomobil Trada Nasional Nissan Radin Inten. Data analysis techniques using microsoft excel for descriptive analysis and SPSS for simple linear regression.*

*The results showed the relationship between customer relationship management (CRM) to customer satisfaction is very strong with a correlation of 0.932. Customer relationship management (CRM) affects customer satisfaction by 86.8%. From regression result of constant value (a) equal to 0,366, and value of regression coefficient (b) have positive value equal to 0,916. This shows that the higher value of customer relationship management, the higher value of customer satisfaction, and the lower value of customer relationship management, the lower value of customer satisfaction.*

*From the results of this study the company is expected to improve customer relationship management by increasing commitment, communication and service quality, so as to increase customer satisfaction.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis sampaikan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Indomobil Trada Nasional Radin Inten ”

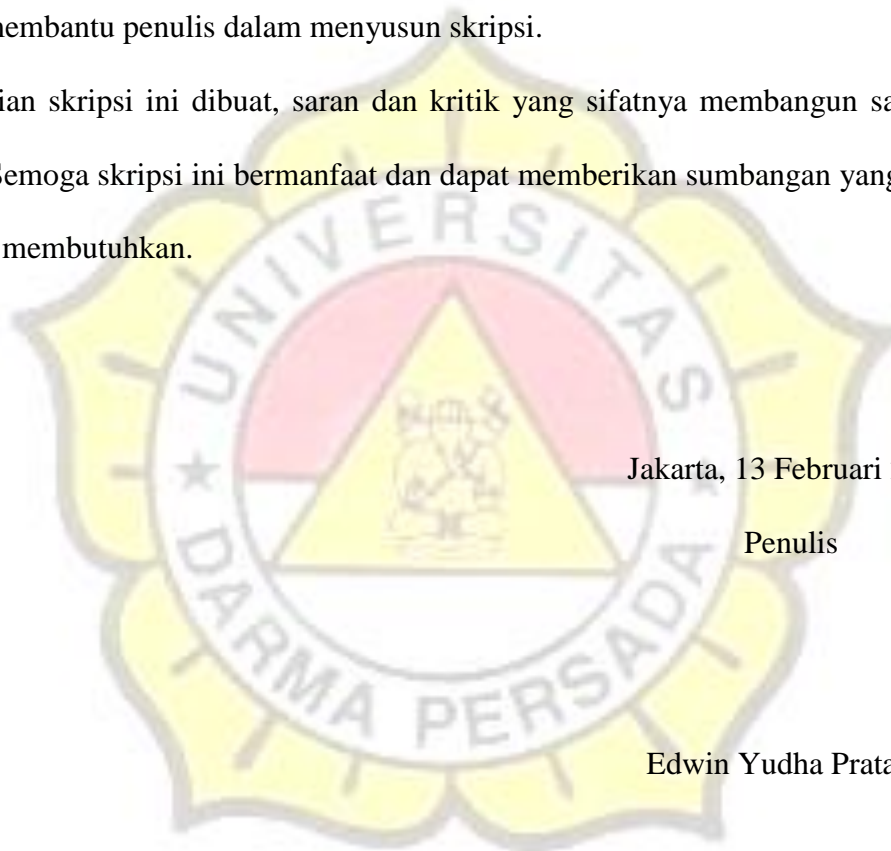
Penulisan skripsi ini dilakukan berdasarkan penelitian pendahuluan di PT Indomobil Trada Nasional – Nissan cabang Radin Inten Jakarta Timur. Tujuan dari skripsi ini adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan Manajemen. Skripsi merupakan salah satu mata kuliah wajib yang ditempuh di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE.MM selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Sukardi, SE.MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE.MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmunya selama ini.
5. Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Bapak Nurwandi selaku pembimbing di PT Indomobil Trada Nasional – Nissan cabang Radin Inten.

7. Bapak Ahmad Dimiyati selaku kepala HR-GA di PT Indomobil Trada Nasional – Nissan cabang Radin Inten.
8. Kedua orang tua serta adik yang selalu memberikan doa restu, dukungan baik moral maupun moril, dan selalu memberi semangat untuk lebih baik lagi.
9. Widyah Nirmala Vanyaseshi yang selalu memberikan semangat, doa, dukungan, dan bantuan dalam penyelesaian skripsi.
10. Seluruh mahasiswa/i manajemen angkatan 2014 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, telah membantu penulis dalam menyusun skripsi.

Demikian skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.



Jakarta, 13 Februari 2018

Penulis

Edwin Yudha Pratama

## DAFTAR ISI

|  | <b>Halaman</b> |
|--|----------------|
| HALAMAN JUDUL .....  | i              |
| LEMBAR PERSETUJUAN .....   | ii             |
| LEMBAR PENGESAHAN .....  | iii            |
| LEMBAR PERNYATAAN.....   | iv             |
| ABSTRAK.....   | v              |
| ABSTRACT.....  | vi             |
| KATA PENGANTAR .....   | vii            |
| DAFTAR ISI.....  | ix             |
| DAFTAR TABEL.....  | xiii           |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xvi            |
| <br>   |                |
| BAB I : PENDAHULUAN.....   | 1              |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....                                      | 1              |
| 1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah.....                    | 11             |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 12             |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....   | 12             |
| <br>   |                |
| BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN<br>DAN HIPOTESIS.....        | 14             |
| 2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....                              | 14             |
| 2.2 Produk .....   | 16             |
| 2.2.1 Klasifikasi Produk.....  | 16             |
| 2.2.2 Atribut Produk.....  | 17             |
| 2.2.3 <i>Product Life Cycle</i> .....                                    | 22             |
| 2.3 Produk Jasa .....  | 24             |
| 2.3.1 Karakteristik Jasa .....   | 24             |
| 2.4 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....                  | 24             |
| 2.4.1 Pengertian <i>Customer Relationship<br/>Management (CRM)</i> ..... | 24             |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.4.2 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).           | 28        |
| 2.4.3 Dimensi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....      | 28        |
| 2.4.4 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....      | 30        |
| 2.4.5 Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)..... | 32        |
| 2.5 Kepuasan Pelanggan .....  | 38        |
| 2.5.1 Dimensi Kepuasan Pelanggan .....                                | 40        |
| 2.5.2 Strategi Kepuasan Pelanggan .....                               | 43        |
| 2.5.3 Implikasi Kepuasan Terhadap Perilaku Purna Pembelian .....      | 47        |
| 2.5.4 Mengukur Kepuasan Pelanggan .....                               | 51        |
| 2.6 Penelitian Terdahulu .....  | 54        |
| 2.7 Kerangka Pemikiran.....   | 57        |
| 2.8 Hipotesis.....  | 59        |
| <b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>                              | <b>60</b> |
| 3.1 Metode yang Digunakan .....                                       | 60        |
| 3.2 Operasionalisasi Variabel .....                                   | 61        |
| 3.3 Sumber dan Cara Penentuan Data .....                              | 63        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                                     | 64        |
| 3.4.1 Populasi .....  | 65        |
| 3.4.2 Sampel .....  | 66        |
| 3.4.3 Teknik Sampling .....   | 66        |
| 3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....                        | 67        |
| 3.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....                            | 67        |
| 3.5.2 Statistik Deskriptif.....                                       | 69        |
| 3.5.3 Uji Normalitas .....  | 71        |
| 3.5.5 Analisis Koefisien Determinasi (R.....                          | 72        |

## Halaman

|  |           |
|--|-----------|
| 3.5.6 Uji t.....   | 72        |
| 3.5.7 Analisis Regresi Linear Sederhana.....                           | 73        |
| <b>BAB IV : PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH .....</b>                 | <b>75</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....                                     | 75        |
| 4.1.1 Sejarah Singkat PT Indomobil Trada Nasional.....                 | 75        |
| 4.1.2 Bidang Kegiatan/Usaha.....                                       | 77        |
| 4.1.3 Visi dan Misi PT Indomobil Trada Nasional .....                  | 78        |
| 4.1.4 Struktur Organisasi PT Indomobil Trada Nasional                  | 78        |
| 4.2 Profil Responden .....   | 79        |
| 1. Tempat tinggal/domisili .....                                       | 80        |
| 2. Jenis kelamin .....   | 80        |
| 3. Usia.....   | 81        |
| 4. Pendidikan terakhir .....   | 82        |
| 5. Pekerjaan .....   | 82        |
| 6. Pengeluaran per bulan .....   | 83        |
| 7. Tipe mobil .....  | 84        |
| 8. Jenis servis yang dilakukan .....                                   | 85        |
| 9. Metode pembayaran servis.....                                       | 85        |
| 10. Frekuensi servis yang dilakukan dalam satu tahun<br>terakhir ..... | 86        |
| 4.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis .....                              | 87        |
| 4.4.1 Uji Validitas .....  | 87        |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas.....  | 88        |
| 4.4.3 Statistik Deskriptif.....  | 90        |
| 4.4.4 Uji Normalitas .....   | 118       |
| 4.4.6 Analisis Regresi Linear Sederhana .....                          | 119       |
| 4.4 Pembahasan dan Pemecahan Masalah .....                             | 122       |
| 4.5.1 Keabsahan Data.....  | 122       |
| 4.5.2 Hasil Uji Hipotesis .....  | 123       |

|                       | <b>Halaman</b> |
|-----------------------|----------------|
| BAB V : PENUTUP ..... | 125            |
| 5.1 Kesimpulan .....  | 125            |
| 5.2 Saran .....       | 125            |
| <br>DAFTAR PUSTAKA    |                |
| LAMPIRAN              |                |



## DAFTAR TABEL

### Halaman

|   |    |
|---|----|
| Tabel 1.1 Penjualan Mobil Penumpang Seluruh Pabrikan di Indonesia<br>Januari-September 2017 .....         | 4  |
| Tabel 1.2 Indeks Kepuasan Pelanggan Indonesia Tahun 2016-2017 .....                                       | 7  |
| Tabel 1.3 CSI Nissan Radin Inten.....   | 10 |
| Tabel 2.1 Alat dan Proses CRM .....   | 33 |
| Tabel 2.2 <i>Behavioral Intensions Battery</i> .....  | 49 |
| Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu .....  | 55 |
| Tabel 3.1 Variabel Penelitian.....  | 61 |
| Tabel 3.2 Skala Likert Untuk CRM dan Kepuasan Pelanggan.....  | 64 |
| Tabel 3.3 Jumlah Mobil Servis Mei-Juli 2017.....  | 65 |
| Tabel 3.4 Pembagian Strata Sesuai Populasi .....  | 67 |
| Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Tempat/Domisili .....  | 80 |
| Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....   | 80 |
| Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia .....   | 81 |
| Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....   | 82 |
| Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....   | 82 |
| Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....  | 83 |
| Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Tipe Mobil .....   | 84 |
| Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Jenis Servis yang Dilakukan .                                      | 85 |
| Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Metode Pembayaran Servis...  | 85 |
| Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Servis yang<br>Dilakukan dalam Satu Tahun Terakhir..... | 86 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Instrumen .....  | 87 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Customer Relationship Management .                                      | 88 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan .....  | 89 |
| Tabel 4.14 Tanggapan Terhadap Konsistensi Pegawai dalam<br>Menjalankan Prosedur Pelayanan .....           | 90 |

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 4.15 Tanggapan Terhadap Bantuan dan Perhatian yang<br>Diberikan Pegawai .....                 | 91  |
| Tabel 4.16 Tanggapan Terhadap Itikad Menjaga Hubungan Baik<br>dengan Pelanggan.....                 | 92  |
| Tabel 4.17 Tanggapan Terhadap Percaya (Yakin) akan Pelayanan<br>Servis .....                        | 93  |
| Tabel 4.18 Tanggapan Terhadap Pegawai Ramah dalam<br>Berkomunikasi.....                             | 94  |
| Tabel 4.19 Tanggapan Terhadap Mudah Dalam Menghubungi Nissan .                                      | 95  |
| Tabel 4.20 Tanggapan Terhadap Kejelasan Informasi dari Perusahaan.                                  | 96  |
| Tabel 4.21 Tanggapan Terhadap Solusi Terkait Permintaan Servis .....                                | 97  |
| Tabel 4.22 Tanggapan Terhadap Pegawai Tanggap Menindaklanjuti<br>Permintaan Pelanggan .....         | 98  |
| Tabel 4.23 Tanggapan Terhadap Permintaan Pelanggan dapat<br>Diselesaikan Dengan Baik.....           | 99  |
| Tabel 4.24 Tanggapan Terhadap Waktu Penyelesaian Servis Sesuai<br>Yang Dijanjikan .....             | 100 |
| Tabel 4.25 Tanggapan Terhadap Ruang Tunggu Servis yang Nyaman .                                     | 101 |
| Tabel 4.26 Tanggapan Terhadap Puas Karena Mobil Menjadi Lebih<br>Prima Setelah Diservis .....       | 102 |
| Tabel 4.27 Tanggapan Terhadap Puas Karena Mobil Permasalahan<br>pada Mobil terselesaikan.....       | 103 |
| Tabel 4.28 Tanggapan Terhadap Puas Karena Pengerjaan Servis<br>Tepat Waktu .....                    | 104 |
| Tabel 4.29 Tanggapan Terhadap Puas Karena Mobil dalam<br>Kondisi Bersih Setelah Diservis.....       | 105 |
| Tabel 4.30 Tanggapan Terhadap Biaya Servis dengan Pelayanan<br>yang Diberikan (Biayanya Wajar)..... | 106 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 4.31 Tanggapan Terhadap Harga Suku Cadang Sesuai dengan<br>Kualitasnya (Harganya Wajar) .....                        | 107 |
| Tabel 4.32 Tanggapan Terhadap Puas Karena Dilayani dengan Cepat..  | 108 |
| Tabel 4.33 Tanggapan Terhadap Puas Karena Petugas Pelayanan<br>Ramah dan Sopan .....                                       | 109 |
| Tabel 4.34 Tanggapan Terhadap Puas Karena Petugas Pelayanan<br>Tanggap dalam Menindaklanjuti Permintaan Yang Diajukan      | 110 |
| Tabel 4.35 Tanggapan Terhadap Senang Melakukan Servis di Nissan<br>Radin Inten .....                                       | 111 |
| Tabel 4.36 Tanggapan Terhadap Lebih Yakin Melakukan Servis di<br>Nissan Radin Inten Dibandingkan dengan Bengkel Lain ..... | 112 |
| Tabel 4.37 Tanggapan Terhadap Bangga Melakukan Servis di Nissan<br>Radin Inten .....                                       | 113 |
| Tabel 4.38 Tanggapan Terhadap Mudah untuk Menghubungi Bengkel<br>untuk Membuat Service Appointment .....                   | 114 |
| Tabel 4.39 Tanggapan Terhadap Mudah Mendapatkan Jadwal<br><i>Service Appointment</i> Sesuai yang Diinginkan.....           | 115 |
| Tabel 4.40 Tanggapan Terhadap Lokasi Bengkel Mudah Dijangkau ....  | 116 |
| Tabel 4.41 Tanggapan Terhadap Tidak Butuh Banyak Waktu untuk<br>Melakukan Servis di Nissan Radin Inten .....               | 117 |
| Tabel 4.42 Uji Normalitas <i>Variabel Customer Relationship<br/>Management</i> dan Kepuasan Pelanggan.....                 | 118 |
| Tabel 4.44 Koefisien Determinasi <i>Customer Relationship<br/>Management</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....              | 119 |
| Tabel 4.43 Hasil Uji t.....  | 120 |
| Tabel 4.45 Analisis Regresi <i>Customer Relationship Management</i><br>Terhadap Kepuasan Pelanggan .....                   | 121 |

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Penjualan Mobil Penumpang Berdasarkan Pabrikan Januari-September 2017<br>..... | 5  |
| Gambar 2.1 Siklus Hidup Produk .....  | 23 |
| Gambar 2.2 Proses Penanganan Keluhan Yang Efektif.....                                    | 45 |
| Gambar 2.3 Ketidakpuasan Pelanggan .....  | 48 |
| Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran.....  | 58 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Indomobil Trada Nasional – Nissan<br>Radin inten .....  | 79 |

