

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK CIMB NIAGA
(Studi Kasus Pada Bank CIMB Niaga Cabang Menteng)**

TUGAS AKHIR



**SOFA RACHMAWATI
1171901014**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Sofa Rachmawati

NIM : 1171901014

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 Januari 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Sofa Rachmawati
NIM : 1171901014
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Customer Relationship Management (CRM)
Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank CIMB Niaga (Studi
Kasus Pada Bank CIMB Niaga Cabang Menteng)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI :

1. Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, M.M, IPM
2. M. Th. Anitawati, Ir,M.S, M.Sc
3. Ananda Fortunisa, S.E.,M.Si



Three handwritten signatures in blue ink are positioned to the right of the list of examiners. The first signature is 'Urip Sedyowidodo', the second is 'Anitawati', and the third is 'Ananda Fortunisa'. Each signature is written over a horizontal dotted line.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Februari 2020

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Penulis menyadari selama proses penulisan Tugas Akhir ini banyak mengalami kendala. Namun, berkat bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak, penulis mampu menghadapi segala kendala yang ditemui oleh penulis. Terimakasih penulis ucapkan kepada kedua orang tua yaitu mama dan bapak yang telah memberikan semangat baik moril maupun materil, dan doa yang tiada hentinya dipanjatkan untuk kelancaran semua aktifitas dan kegiatan yang dilakukan oleh penulis. Tidak lupa penulis juga ucapkan terima kasih kepada :

- Kedua orang tua atas setiap dukungannya, baik secara moral dan materi
- Bapak Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, M.M, IPM dan Ibu M. Th. Anitawati, Ir,M.S, M.Sc selaku dosen pembahas yang telah membantu memberi arahan dan masukan kepada penulis sehingga proses penyusunan skripsi berjalan dengan lancar.
- Ibu Ananda Fortunisa, S.E, M.Si selaku pembimbing materi, yang sangat mendukung memotivasi, peduli dan menyediakan waktu untuk membimbing penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
- Segenap dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
- Bapak Taufik Hidayat selaku Staf Kesekretarisan Program Studi Manajemen yang telah membantu menangani segala urusan

administrasi penulis.

- Teman-teman Manajemen Kelas Karyawan Batch 8 yang telah memberikan kenangan serta terus memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
- Kakak-kakak penulis yaitu Agus Riza El Huda dan Dian Safitri yang mengingatkan penulis agar segera menyelesaikan tugas akhir.

Terakhir kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih banuak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempatan. Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini memberikan manfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Jakarta, 19 Januari 2020



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofa Rachmawati
NIM : 1171901014
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank CIMB Niaga (Studi Kasus Pada Bank CIMB Niaga Cabang Menteng)

Beserta pangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Februari 2020

Yang mengatakan



Sofa Rachmawati

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM)
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK CIMB NIAGA
(Studi Kasus Pada Bank CIMB Niaga Cabang Menteng)**

Sofa Rachmawati

ABSTRAK

Dalam upaya memenuhi kebutuhan nasabah dan mempertahankan nasabah lama pihak Bank menerapkan *Customer Relationship Management* (CRM). *Customer Relationship Management* (CRM) menjadi salah satu pendekatan bisnis dengan memperhatikan faktor nasabah, bukan saja sebelum transaksi, namun tidak kalah penting adalah setelah transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap Loyalitas Nasabah. Jumlah responden pada 90 orang nasabah pada Bank CIMB Niaga Cabang Menteng. Data yang dipergunakan adalah data primer yang didapat dengan menggunakan kuesioner skala likert (1-5) dan taraf signifikansi 0,1. Kemudian dilakukan statistik deskriptif untuk menghitung *Frequency, percent, valid percent cumulative percent, mean* dengan software SPSS, dan diolah lebih lanjut dengan menggunakan software SPSS untuk menguji hipotesisnya. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Customer Relationship Management* berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci : *Customer Relationship Management*, Loyalitas Nasabah

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)
OF CUSTOMER LOYALTY IN CIMB NIAGA BANK
(Case Study at Bank CIMB Niaga Menteng Branch)***

Sofa Rachmawati

ABSTRACT

In an effort to meet customer needs and retain old customers, the Bank implements Customer Relationship Management (CRM). Customer Relationship Management (CRM) is a business approach by taking into account customer factors, not only before the transaction, but no less important is after the transaction. This study aims to empirically prove the influence of Customer Relationship Management on Customer Loyalty. The number of respondents in 90 customers at Menteng Branch CIMB Niaga Bank. The data used are primary data obtained using a Likert scale questionnaire (1-5) and a significance level of 0.1. Then a descriptive statistic is performed to calculate the Frequency, percent, valid percent cumulative percent, mean with SPSS software, and further processing using SPSS software to test the hypothesis. The results of the study prove that Customer Relationship Management significantly influences customer loyalty.

Keywords : *Customer Relationship Management, Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Customer Relationship Management</i>	11
2.1.1 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	13
2.1.2 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	14
2.1.3 Tahapan dalam <i>Customer Relationship Management</i>	15
2.1.4 Kerangka <i>Customer Relationship Management</i>	16

2.1.5	Dimensi <i>Customer Relationship Management</i>	17
2.1.6	Perbedaan <i>Officer Relationship Management</i> dengan <i>System Aplikasi Management</i>	19
2.2	Loyalitas Nasabah	20
2.2.1	Pengertian Loyalitas.....	20
2.2.2	Pengertian Loyalitas Nasabah	20
2.2.3	Jenis Kualitas Nasabah.....	23
2.2.4	Tahapan-Tahapan Loyalitas Nasabah	24
2.2.5	Dimensi Loyalitas Nasabah.....	28
2.3	Hasil Penelitian Sebelumnya	29
2.2.1	Yulia Larasati Putri (2017).....	29
2.2.2	Anggita Putri Iriandini (2015).....	31
2.2.3	Agita Rachmawati (2017)	32
2.4	Kerangka Pemikiran	33
2.5	Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Populasi dan Sampel	35
3.2.1	Populasi	35
3.2.2	Sampel	35
3.2.3	Teknik Sampling	37
3.2.4	Sumber Data Penelitian.....	38
3.2.5	Metode Pengumpulan Data	38
3.3	Model Penelitian	40
3.4	Variabel Penelitian.....	41
3.4.1	Variabel Operasional.....	42

3.5	Analisis Data	44
3.6	Teknik Pengujian Data.....	44
3.6.1	Uji Validitas	45
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	45
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	45
3.6.4	Uji Normalitas	46
3.6.5	Uji Heteroskedastisitas	47
3.6.6	Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)	48
3.6.7	Pengujian Hipotesis dengan Uji t.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		50
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.2	Hasil Uji Instrumen.....	52
4.2.1	Uji Validitas	52
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	52
4.3	Analisis Deskriptif	53
4.3.1	Deskripsi Responden Penelitian.....	53
4.3.2	Gambaran Umum Identitas Responden.....	54
4.3.2.1	Data Responden berdasarkan Usia.....	54
4.3.2.2	Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin .	55
4.3.3	Distribusi Jawaban Responden.....	55
4.3.3.1	Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Relationship Management (X)</i>	56
4.3.3.2	Distribusi Jawaban Responden Variabel Loyalitas Nasabah (Y).....	57
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	58
4.4.1	Uji Normalitas	59
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	61

4.4.3	Uji Autokorelasi	62
4.5	Pengujian Hipotesis	64
4.5.1	Analisis Koefisien Korelasi.....	64
4.5.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	66
4.5.3	Uji t	66
4.6	Pembahasan	68
4.6.1	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Nasabah	69
4.6.2	Implikasi Manajerial	69
BAB V PENUTUP	70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	70
5.3	Saran	71
5.3.1	Saran Akademis.....	71
5.3.2	Saran Praktis.....	71
DAFTAR PUSTAKA	xvi

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan <i>Officer Relationship Management</i> dengan <i>System Aplikasi Management</i>	19
Tabel 3.1 Bobot Kuesioner.....	40
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.3 Kalkulasi Penyebaran Kuesioner.....	53
Tabel 4.4 Frekuensi Usia Responden.....	54
Tabel 4.5 Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	55
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Customer Relationship Management (X)</i>	56
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>Loyalitas Nasabah (Y)</i>	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.9 Output Uji Glejser.....	62
Tabel 4.10 Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Durbin-Watson.....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Durbin-Watson.....	63
Tabel 4.12 Koefisien Korelasi.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Korelasi Pearson.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo PT Bank CIMB Niaga.....	3
Gambar 1.2 Klasifikasi Framework dari CRM.....	6
Gambar 2.1 Tahapan-Tahapan Loyalitas Nasabah.....	25
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 3.1 Diagram Jalur Penelitian.....	41
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik <i>Normal Probability</i>	60
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot.....	61
Gambar 4.3 Kurva Durbin Watson.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuesioner.....	72
Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuesioner.....	75
Lampiran 3 : Output SPSS.....	77