

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN PROMOSI  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMODERASI OLEH  
CITRA MEREK PADA PRODUK  
NESTLE BEAR BRAND INDONESIA DI JAKARTA UTARA**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**



**ANANDA SILVIA EKA PUTRI**

**1171001130**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**

**TAHUN 2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

---

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya  
sendiri, dan semua sumber yang  
dikutip maupun dirujuk telah saya  
nyatakan dengan benar**

**Nama : Ananda Silvia Eka Putri**

**NIM 1171001130**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 13 September 2024**

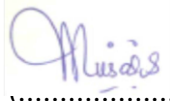
**HALAMAN  
PENGESAHAN**


Tugas Akhir ini diajukan oleh

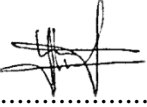
Nama : Ananda Silvia Eka Putri  
NIM : 1171001139  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Relationship Management*  
dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang  
Dimoderasi Oleh Citra Merek Pada Produk  
Nestle Bear Brand Di Jakarta Utara

Telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan pembahas dan diterima sebagai bagian pernyataan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

**DEWAN PEMBIMBING/PEMBAHAS**

Pembimbing : Mirsa Diah Novianti, S.T., M.T., IPM  (.....)

Penguji I : Prof . M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D  (.....)

Penguji II : Arief Bimantoro Suharko, Ph.D  (.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 13 September 2024

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas izin nya, peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **Pengaruh *Customer Relationship Management* Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimoderasi Oleh Citra Merek Pada Produk Nestle Di Jakarta Utara** . Penelitian Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Peneliti menyadari bahwa dari awal masa perkuliahan sampai penyusunan Tugas Akhir ini tidak luput dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ayah dan almarhumah ibu saya serta keluarga besar penulis yang selalu memberikan dukungan serta mendoakan penulis selama masa perkuliahan.
2. Ibu Mirsa Diah Novianti, S.T., M.T., IPM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu serta memberikan saran dan masukan untuk memperbaiki kekurangan dalam penulisan;
3. Bapak Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D selaku dosen penguji I yang telah menyediakan waktu serta memberikan saran dan masukan untuk memperbaiki kekurangan dalam penulisan;
4. Bapak Arief Bimantoro Suharko, Ph.D selaku dosen penguji II yang telah menyediakan waktu serta memberikan saran dan masukan untuk memperbaiki kekurangan dalam penulisan;
5. Saudara Reza Pahlevi, partner spesial yang selalu memberikan semangat dan setia menemani penulis selama penyusunan tugas akhir ini;
6. Pihak PT Nestle Indonesia yang telah membantu dan bersedia menyediakan data yang penulis butuhkan untuk kepentingan penelitian;
7. Saudari Dewi Rahmi Ramadhanti dan keluarga tercinta yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini;
8. Saudari Putri Rahayu, desna dan zuher yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini;
9. Semua pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pembaca dan semua pihak

Jakarta, 13 September 2024 Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ananda Silvia Eka Putri', enclosed in a light gray rectangular box.

Ananda Silvia Eka Putri

## HALAMAN PERNYATAAN

### PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Ananda Silvia Eka Putri  
NIM : 1171001130  
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 berjudul:

**Pengaruh *Customer Relationship Management* Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimoderasi Oleh Citra Merek Pada Produk Nestle Bear Brand Di Jakarta Utara**

beserta perangkat 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 : 13 September 2024

Yang menyatakan



Ananda Silvia Eka Putri

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Customer Relationship Management (CRM) dan promosi terhadap loyalitas pelanggan, yang dimoderasi oleh citra merek pada produk Nestle Bear Brand di Jakarta Utara. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari konsumen. Analisis data meliputi uji statistik deskriptif dan uji asumsi klasik untuk memastikan keabsahan model regresi, serta analisis regresi untuk menentukan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Temuan penelitian diharuskan dapat memberikan wawasan bagi strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci : Promosi, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan**

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Customer Relationship Management (CRM) and promotion on customer loyalty, moderated by brand image for Nestle Bear Brand products in North Jakarta. A quantitative approach with a survey method is used to collect data from consumers. Data analysis includes descriptive statistics tests and classical assumption tests to ensure the validity of the regression model, as well as regression analysis to determine the effect of independent variables on the dependent variable. The findings of this study are expected to provide insights into effective marketing strategies for enhancing customer loyalty in a competitive market.*

**Keywords: Promotion, Brand Image, Customer Loyalty**



## DAFTAR ISI

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....                            | 1  |
| ABSTRAK.....                                                    | 1  |
| ABSTRACT .....                                                  | 1  |
| DAFTAR ISI.....                                                 | 1  |
| BAB 1 PENDAHULUAN.....                                          | 1  |
| 1.1. Latar Belakang .....                                       | 1  |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....                                 | 7  |
| 1.3. Perumusan Masalah.....                                     | 8  |
| 1.4. Tujuan Penelitian.....                                     | 8  |
| 1.5. Manfaat Penelitian.....                                    | 9  |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....                                    | 1  |
| 2.1. <i>Customer Relationship Management</i> .....              | 1  |
| 2.1.1. Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> ..... | 1  |
| 2.1.2. Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> .....    | 1  |
| 2.1.3. Indikator <i>Customer Relationship Management</i> .....  | 2  |
| 2.2. Promosi.....                                               | 3  |
| 2.2.1. Pengertian Promosi.....                                  | 3  |
| 2.2.2. Manfaat Promosi .....                                    | 4  |
| 2.2.3. Indikator Promosi.....                                   | 5  |
| 2.3. Loyalitas Pelanggan.....                                   | 6  |
| 2.3.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....                     | 6  |
| 2.3.2. Manfaat Loyalitas Pelanggan .....                        | 7  |
| 2.3.3. Indikator Loyalitas Pelanggan.....                       | 7  |
| 2.4. Citra Merek .....                                          | 8  |
| 2.4.1. Pengertian Citra Merek .....                             | 8  |
| 2.4.2. Manfaat Citra Merek.....                                 | 9  |
| 2.4.3. Indikator Citra Merek .....                              | 10 |

|                                                                                                                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.5. Kerangka Konseptual.....                                                                                                                                                              | 11 |
| 2.6. Pengembangan Hipotesis.....                                                                                                                                                           | 12 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN .....                                                                                                                                                              | 1  |
| 3.1. Rancangan Penelitian.....                                                                                                                                                             | 1  |
| 3.2. Batasan Penelitian .....                                                                                                                                                              | 1  |
| 3.3. Variabel Penelitian dan Operasional Variabel .....                                                                                                                                    | 1  |
| 3.3.1. Operasional Variabel .....                                                                                                                                                          | 7  |
| 3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....                                                                                                                                   | 7  |
| 3.5. Metode Pengumpulan Data .....                                                                                                                                                         | 8  |
| 3.7. Teknik/Metode Analisis Data .....                                                                                                                                                     | 9  |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....                                                                                                                                                           | 1  |
| 4.1. Hasil Penelitian.....                                                                                                                                                                 | 1  |
| 4.1.1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....                                                                                                                                                | 1  |
| 4.1.2. Identitas Responden.....                                                                                                                                                            | 2  |
| 4.2.3. Analisis Deskriptif.....                                                                                                                                                            | 3  |
| 4.1.4. Uji Asumsi Klasik .....                                                                                                                                                             | 6  |
| 4.1.5. Analisis Regresi Berganda.....                                                                                                                                                      | 8  |
| 4.2. Pembahasan.....                                                                                                                                                                       | 11 |
| 4.2.1. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Nestle Bear Brand Di Jakarta Utara .....                                                  | 11 |
| 4.2.2. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Nestle Bear Brand Di Jakarta Utara.....                                                                                   | 12 |
| 4.2.3. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Yang Dimoderasi Oleh <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Nestle Bear Brand Indonesia Di Jakarta Utara..... | 14 |
| 4.2.4. Pengaruh Promosi Yang Dimoderasi Oleh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Nestle Bear Brand Di Jakarta Utara .....                                                 | 15 |
| 4.2.5. Pengaruh Customer Relationship Management Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Nestle Bear Brand Di Jakarta Utara .....                                             | 17 |
| 4.2.6. Pengaruh Customer Relationship Management Dan Promosi Yang Dimoderasi Oleh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Nestle Bear Brand Di Jakarta Utara.....             | 18 |

5.1. Kesimpulan ..... 1

|                  |   |
|------------------|---|
| 5.2. Saran ..... | 1 |
| DAFTAR PUSTAKA   | 2 |