

Pengaruh *CRM (Customer Relationship Management)*
dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di
PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk
Kantor Cabang Tambun, Bekasi.

TESIS

Oleh:

Dennis Pratama

201820151009



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Tesis : PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP : KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA KANTOR CABANG TAMBUN

Nama Mahasiswa : DENNIS PRATAMA

Nomor Pokok Mahasiswa : 201820151009

Program Studi/ Fakultas : Magister Manajemen/ Fakultas Ekonomi

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 10 Juli 2020

Jakarta, Juli 2020

MENYETUJUI:

Pembimbing I



Prof. Dr. Tri Widyastuti, S.E, Ak,M.M
NIDN: 0323036401

Pembimbing II



Dr.Dhian Tyaas Untari SE M.M
NIDN : 0309048102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tesis : PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA KANTOR CABANG TAMBUN

Nama Mahasiswa : DENNIS PRATAMA

Nomor Pokok Mahasiswa : 201820151009

Program Studi/Program : Magister Manajemen/ Fakultas Ekonomi

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Lulus Ujian Tesis : 10 Juli 2020

Jakarta, Januari 2020

Mengesahkan,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Tri Widyastuti, S.E., Ak.M.M
NIDN: 0323036401

Penguji I : Dr. Sugeng Suroso, S.E., M.M
NIDN: 0316066201

Penguji II : Drs. Soehardi, Mba, Ph.D
NID: 0311096604

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Magister Manajemen

Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M.
NIDN: 0309048102

Dekan
Fakultas Ekonomi

Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA., CSRA., CMA., CACP.
NIDN: 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Tesis Yang Berjudul

“PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PT. BANK RAKYAT INDONESIA KANTOR CABANG TAMBUN
..

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan tesis ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan ijin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan tesis ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan,



Dennis Pratama
NPM: 201820151009

ABSTRAK

Customer Relationship Management (CRM) adalah salah satu pendekatan bisnis yang diambil oleh perusahaan dalam mengelola hubungan atau hubungan dengan konsumen dan perusahaan harus mulai berfokus pada memberikan nilai atau citra perusahaan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial CRM dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di PT. Bank Rakyat Indonesia KC Tambun Bekasi. Teknik pengumpulan data dengan melakukan survei terhadap sampel sebanyak 100 nasabah dengan plafon pinjaman maksimal Rp. 1 miliar diperoleh dari perhitungan metode Slovin dari total 695 pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRM dan Citra Perusahaan secara simultan dan sebagian memengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Manajemen BRI Tambun, harus terus berupaya meningkatkan nilai CRM dan menjaga citra perusahaan sehingga pelanggan merasa lebih puas dan loyalitas pelanggan meningkat.

Keywords: Customer Relationship Management, Citra perusahaan, Kepuasan, Loyalitas.

ABSTRACT

Customer Relationship Management (CRM) is one of the business approaches taken by companies in managing relationships or relationships with consumers and the company must start focusing on delivering the value or image of the company in order to increase customer satisfaction and loyalty. This study aims to determine the simultaneous and partial influence of CRM and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty at PT. Bank Rakyat Indonesia KC Tambun Bekasi. Data collection techniques by conducting a survey of a sample of 100 customers with a ceiling loan of maximum Rp. 1 billion obtained from the calculation of the Slovin method from a total of 695 customers. The results showed that CRM and Corporate Image simultaneously and partially affected Customer Satisfaction and Loyalty. Management of BRI Tambun, should continue to work to improve the value of CRM and maintain the company's image so that customers feel more satisfied and customer loyalty is increasing.

Keywords: customer relationship management, company image, satisfaction, loyalty.

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Customer Relationship Management dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Tambun Bekasi.” dengan baik.

Terselesaikannya penulisan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan, bimbingan dan do’a kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam mengerjakan penulisan ini diantaranya :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, dan pemahaman dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Kedua orang tua, Alm. Papa Budiyanto Tercinta dan Mama Widya Wijaya yang selalu memberikan doa yang tiada henti, kasih sayang, semangat, serta dukungan lainnya. Semoga Tuhan selalu memberkahi dan menjaga kalian dimana pun kalian berada.
3. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA., CSRA., CMA., CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
5. Ibu Prof. Dr. Tri Widyastuti, S.E., Ak., M.M selaku dosen pembimbing I yang dengan sabar membimbing dan meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
6. Dosen-dosen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang sudah membantu dalam kuliah dan tesis selama ini.
7. Rekan-rekan Magister Manajemen di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang selalu mendukung dan memberikan informasi selama ini.
8. Semua pihak yang belum bisa disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan selama kuliah dan proses penulisan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena

itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi tercapainya penulisan tesis yang lebih baik lagi.

Bekasi, 12 Juli 2020

Dennis Pratama



DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	8
1.5 Tujuan penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
A. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	11
1. Pengertian CRM.....	11
2. Cara Mempertahankan Pelanggan.....	12
3. Dimensi CRM.....	13
B. Citra perusahaan.....	16
1. Pengertian Citra perusahaan.....	16
2. Dimensi Citra Perusahaan.....	17
C. Kepuasan.....	18
1. Pengertian Kepuasan.....	18
2. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	19
D. Loyalitas.....	21
1. Pengertian Loyalitas.....	21
2. Karakteristik Loyalitas.....	23
2.2. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	24
2.3. Kerangka Berpikir.....	29

2.4. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Instrumen Penelitian.....	39
3.6 Teknik Analisa Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	46
4.2 Subjek Penelitian.....	50
4.3 Hasil Analisa Data.....	51
4.4 Pembahasan.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	78
LAMPIRAN	
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Hasil Penelitian Relevan	24
2. Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	34
3. Tabel 4.1 Usia Responden	50
4. Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	51
5. Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas X1	52
6. Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas X2	53
7. Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Y1	54
8. Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Y2	54
9. Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	55
10. Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas X1 dan X2 terhadap Y1	58
11. Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas X1 dan X2 terhadap Y2	58
12. Tabel 4.10 Analisis Regresi Linier Berganda X1 dan X2 terhadap Y1 ...	61
13. Table 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda X1 dan X2 terhadap Y2 ...	63
14. Tabel 4.12 Hasil Uji t X1 dan X2 terhadap Y1	65
15. Tabel 4.13 Hasil Uji t X1 dan X2 terhadap Y2	66
16. Table 4.14 Hasil Uji F X1 dan X2 terhadap Y1.....	67
17. Tabel 4.15 Hasil Uji F X1 dan X2 terhadap Y2	68
18. Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinasi X1 dan X2 terhadap Y1	69
19. Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi X1 dan X2 terhadap Y2	70

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 4.1 Logo Bank BRI.....	49
2. Gambar 4.2 Struktur Organisasi BRI	50
3. Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas X1 dan X2 terhadap Y1	56
4. Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas X1 dan X2 terhadap Y2	57
5. Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas X1 dan X2 terhadap Y1	59
6. Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas X1 dan X2 terhadap Y2	60

