

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
DAYA TOYOTA BEKASI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Anisa Yuliyana
00000025948

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA TANGERANG
2022

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
DAYA TOYOTA BEKASI TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN**



SKRIPSI

Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Anisa Yuliyana

00000025948

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA TANGERANG**

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Anisa Yuliyana

NIM: : 00000025948

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAYA
TOYOTA BEKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan sidang skripsi maupun dalam penulisan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Juni 2022



Anisa Yuliyana

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAYA TOYOTA BEKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Oleh:

Nama : Anisa Yuliyana
NIM : 00000025948
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis 23 Juni 2022
Pukul 14.30 s.d 15.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Digitally signed by
Intan Primadini
Date: 2022.07.19
08:47:19 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si

NIDN: 0326098501

Penguji

Nicky Stephani, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0405099105

Pembimbing

Digitally signed by
Mujiono Sandim
Date: 2022.07.19 11:05:07
+07'00'

Mujiono, S.Ikom., M.I.Kom

NIDN: 0315108802

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Harry Perdana, S.Ikom., M.Si.

NIDN: 0308117706

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Yuliyana
NIM : 00000025948
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi

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

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAYA TOYOTA BEKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 15 Juli 2022

Yang menyatakan,



(Anisa Yuliyana)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Customer Relationship Management Daya Toyota Bekasi Terhadap Kepuasan Pelanggan**”. Tujuan dari skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Selama penulis Menyusun skripsi ini banyak dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, makaskripsi ini tidak akan selesai sebagaimana waktu yang sudah diberikan. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono M.A selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
3. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Mujiono, S.IKom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing skripsi dengan bijaksana dan baik hati meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam pembuatan skripsi ini.
5. Ibu Nicky Stephani, S.Sos., M.Si. selaku dosen penguji ahli yang telah memberikan kritik dan saran kepada penulis agar skripsi ini memiliki hasil yang lebih baik.
6. Ibu Intan Primadini, S.Sos., M.Si. selaku ketua siding yang telah memberikan ilmu dan saran kepada penulis agar skripsi ini memiliki hasil yang lebih baik.
7. Ayah, Mamah, Keyza, dan Aqilla tercinta atas kasih sayang, doa, dukungan dan semangat yang tak henti selalu diberikan kepada penulis.
8. Kepada segenap tim CRO Daya Toyota Bekasi ka Mega, pak Wildan, yang

telah memberikan saya kesempatan untuk bisa melakukan penelitian dengan mengangkat objek *dealer* Daya Toyota Bekasi

9. Kepada ka Nunu dan ka Anisa tim CR1 dan CR2 yang bersedia memberikan kesempatan kepada penulis untuk memperoleh informasi mengenai *service* yang ada di Daya Toyota Bekasi.
10. Terima kasih kepada Muhamad Halilintar yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk tetap semangat.
11. Terima kasih kepada sahabat terdekat saya Ara, Balqis, Cindy, Poet, dan sahabat-sahabat saya lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu, yang selalu memberikan dukungan moral untuk penulis.
12. Terima kasih kepada Fariz yang telah membantu penulis dalam mengarahkan mengenai metode-metode yang ada dalam penelitian ini
13. Terima kasih kepada saudara saya Nia, Nana, dan Elvan, ka Vivi yang telah memberikan dukungan moral untuk penulis.
14. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian penyusunan skripsi. Akhir kata, kepada semua pihak yang telah membantu terwujudnya skripsi ini, semoga Allah SWT selalu melimpahkan berkat dan karunia. Amin.

Besar harapan saya semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat serta bisa menjadi tolak ukur untuk pembuatan laporan skripsi selanjutnya. Tentunya saya sangat menyadari laporan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Di akhir saya berharap laporan skripsi ini mudah dimengerti oleh setiap pihak yang membaca. Mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kata atau kalimat yang tidak berkenan dihati.

Tangerang, 15 Juni 2022



Anisa Yuliyana

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAYA TOYOTA BEKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Oleh: Anisa Yuliyana

ABSTRAK

Perkembangan industri di kota-kota besar terus mengalami peningkatan. Melihat kemajuan industri otomotif yang terus berinovasi dengan memberikan produk dan layanan yang optimal. Perusahaan *delaer* mobil menjadi salah satu usaha besar yang menjadi daya tarik serta pelanggan selektif terhadap pilihan produk dan layanan jasa. Daya Toyota merupakan perusahaan dealer mobil yang telah berdiri selama 12 tahun di kota Bekasi. Cara yang dilakukan Daya Toyota Bekasi adalah dengan menerapkan *Customer Relationship Management* agar perusahaan bisa tetap kokoh bertahan ditengah banyaknya persaingan dealer mobil. Judul pada skripsi ini adalah “Pengaruh *Customer Relationship Management* Terhadap Kepuasan Pelanggan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh CRM terhadap kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Customer Relationship Management* terhadap kepuasan pelanggan. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif eksplanatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 108 responden yang memenuhi karakteristik. Pada hasil yang telah diperoleh pada penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara *Customer Relationship Management* 41,4% terhadap kepuasan pelanggan Daya Toyota Bekasi.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management*, Kepuasan Pelanggan, Daya Toyota

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

The Effect of Toyota Power Customer Relationship Management Bekasi to Customers

By: Anisa Yuliyana

ABSTRACT

Industrial development in big cities continues to increase. Seeing the progress of the automotive industry which continues to see by providing optimal products and services. The car dealership company is one of the big businesses that attracts and attracts customers towards the choice of products and services. Daya Toyota is a car dealer company that has been established for 12 years in the city of Bekasi. The way that Daya Toyota Bekasi does is by implementing Customer Relationship Management so that the company remains strong in the midst of car dealer competition. The title of this thesis is "The Influence of Customer Relationship Management on Customers". The purpose of this study was to determine whether there is an influence of CRM on customer satisfaction and to find out how much influence Customer Relationship Management has on customer satisfaction. The method in this research is an explanatory quantitative research with data collection through distributing questionnaires to 108 respondents who meet the characteristics. The results of this study are that there is an influence between Customer Relationship Management 41.4% on customer satisfaction at Daya Toyota Bekasi.

Keywords: *Customer Relationship Management, Customer Satisfaction, Daya Toyota*

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------|------|
| HALAMAN PERYATAAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR BAGAN | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| BAB I | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 6 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian | 7 |
| 1.5.1. Kegunaan Akademis | 7 |
| 1.5.2. Kegunaan Praktis | 7 |
| 1.5.3. Kegunaan Sosial | 7 |
| 1.6 Keterbatasan Penelitian | 7 |
| BAB II | 8 |

| | |
|--|----|
| 2.1. Penelitian Terdahulu | 8 |
| 2.2. Konsep | 14 |
| 2.2.1. <i>Customer Relationship Management</i> | 14 |
| 2.2.2. Tujuan <i>Customer Relationship Management</i> | 15 |
| 2.2.3. Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> | 15 |
| 2.2.4. Dimensi <i>Customer Relationship Management</i> | 16 |
| 2.2.5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi CRM | 18 |
| 2.2.6. CRM Menggunakan IDIC Model..... | 19 |
| 2.2.7. Kepuasan Pelanggan..... | 20 |
| 2.2.8. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan | 21 |
| 2.2.9. Dimensi Kepuasan Pelanggan | 21 |
| 2.2.10. Hubungan Antara CRM Terhadap Kepuasan Pelanggan..... | 22 |
| 2.3. Hipotesis Teoritis | 23 |
| 2.4. Alur Penelitian | 24 |
| BAB III..... | 25 |
| 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian | 25 |
| 3.2 Metode Penelitian | 25 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 26 |
| 3.3.1. Populasi Penelitian | 26 |
| 3.3.2. Sampel Penelitian | 26 |
| 3.4 Operasionalisasi Variabel..... | 27 |
| 3.4.1. Variabel Independen..... | 28 |

| | |
|--|----|
| 3.4.2. Variabel Dependen | 31 |
| | |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 33 |
| 3.5.1 Data Primer..... | 33 |
| 3.5.2 Data Sekunder..... | 34 |
| | |
| 3.6 Teknik Pengukuran Data..... | 34 |
| 3.6.1.Uji Valditas..... | 34 |
| 3.6.2. Uji Reliabilitas..... | 36 |
| | |
| 3.7 Teknik Analisis Data..... | 37 |
| 3.7.1 Uji Normalitas | 37 |
| 3.7.2 Uji Koefisien Korelasi | 38 |
| 3.7.3 Uji Regresi Linier Sederhana | 38 |
| | |
| BAB IV | 40 |
| | |
| 4.1 Objek dan Subjek Penelitian | 40 |
| 4.1.1. Subjek Penelitian | 40 |
| 4.1.2. Objek Penelitian | 40 |
| | |
| 4.2 Hasil Penelitian | 41 |
| 4.2.1. Karakteristik Responden | 41 |
| 4.2.2. Variabel <i>Customer Relationship Management</i> | 44 |
| 4.2.3. Variabel Kepuasan Pelanggan | 54 |
| 4.2.4. Uji Normalitas | 61 |
| 4.2.5. Uji Korelasi | 62 |
| 4.2.6. Uji Regresi Linier | 63 |
| 4.2.7. Uji Regresi Dimensi Variabel X Terhadap Variabel Y..... | 65 |

| | |
|----------------------------|----|
| 4.3 Pembahasan..... | 68 |
| | |
| BAB V..... | 72 |
| 5.1 Kesimpulan | 72 |
| 5.2 Saran..... | 72 |
| 5.2.1 Saran Akademis | 73 |
| 5.2.2 Saran Praktis..... | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | 74 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 9 |
| Tabel 3. 1 Operational Variabel X | 30 |
| Tabel 3. 2 Operational Variabel Y | 33 |
| Tabel 3.3 Kriteria Jawaban Skala <i>Likert</i> | 37 |
| Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel X..... | 38 |
| Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Variabel Y..... | 39 |
| Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X..... | 40 |
| Tabel 3.7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y | 40 |
| Tabel 3.8 Kriteria Koefisien Korelasi..... | 41 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 43 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Bredasarkan Jenis Kelamin..... | 43 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Domisili..... | 44 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Pendaootan Perbulan..... | 44 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Pekerjaan..... | 45 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Pembayaran..... | 45 |
| Tabel 4.7. Dimensi <i>Vision</i> | 46 |
| Tabel 4.8. Dimensi <i>Culture of Customer Orientation</i> | 48 |
| Tabel 4.9. Dimensi <i>Organization on Processes</i> | 50 |
| Tabel 4.10. Dimensi <i>Database</i> | 52 |

| | |
|--|----|
| Tabel 4.11. Dimensi <i>Technology</i> | 54 |
| Tabel 4.12. Dimensi <i>Meet to Expectations</i> | 55 |
| Tabel 4.13. Dimensi <i>Willing to Recommended</i> | 57 |
| Tabel 4.14. Dimensi <i>Repurchase Intention</i> | 60 |
| Tabel 4.15 Uji Normalitas..... | 59 |
| Tabel 4.16 Uji Koefisien Korelasi..... | 60 |
| Tabel 4.17 Uji Regresi..... | 63 |
| Tabel 4.18 Uji Anova..... | 64 |
| Tabel 4.19 Uji Koefisien Regresi..... | 64 |
| Tabel 4.20 Pengaruh Dimensi <i>Vision</i> | 64 |
| Tabel 4.21 Pengaruh Dimensi <i>Culture of Customer Orientation</i> | 65 |
| Tabel 4.22. Pengaruh Dimensi <i>Organization on Processes</i> | 65 |
| Tabel 4.23. Pengaruh Dimensi <i>Database</i> | 66 |
| Tabel 4.24. Pengaruh Dimensi <i>Technology</i> | 66 |



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR BAGAN

| | |
|---------------------------------|----|
| Bagan 2.2. Alur Penelitian..... | 22 |
|---------------------------------|----|



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Penjualan Mobil tahun 2021-2022 | 2 |
| Gambar 1.2 Jumlah Pelanggan Servis Berkala 2020-2021 | 5 |
| Gambar 2.1. Model IDIC | 21 |
| Gambar 3.1. Ukuran Sampel Malhotra..... | 29 |

