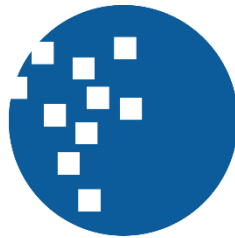


**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HAI DI LAO**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

NICHOLAS EVAN ANGKAWIBAWA

00000047963

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

2024

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HAI DI LAO**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

NICHOLAS EVAN ANGKA WIBAWA

0000047963

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

TANGERANG

2024

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nicholas Evan Angkawibawa

Nomor Induk Mahasiswa : 00000047963

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Skripsi dengan judul:

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HAI DI LAO

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis , saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Nicholas Evan Angkawibawa)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HAI DI LAO

Oleh

Nama : Nicholas Evan Angkawibawa

NIM : 00000047963

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024

Pukul 16.00 s.d 17.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Drs. Asep Sutresna, M.A.
NIDN 0307126303

Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.
NIDN 0325108004

Pembimbing



Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm.
NIDN 0317089201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.26
23:47:53 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

iii

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nicholas Evan Angkawibawa

Nomor Induk Mahasiswa : 00000047963

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HAI DI LAO

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) *.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Nicholas Evan Angkawibawa)

* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul:

**“PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HAI DI LAO”**

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saya 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. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom., M.Comm., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Drs. Asep Sutresna, M.A., sebagai Ketua Sidang yang telah memberikan evaluasi dan arahan atas terselesainya skripsi ini.
6. Ibu Selvi Amalia, S.Pi., M.Si., sebagai Penguji yang telah memberikan evaluasi dan arahan atas terselesainya skripsi ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman kuliah yang mendukung dan menyemangati saya selama pembuatan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Nicholas Evan Angkawibawa)

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HAI DI LAO

(Nicholas Evan Angkawibawa)

ABSTRAK

Seiring berkembangnya zaman, bisnis makanan dan minuman saat ini berlomba untuk bersaing. Berbagai cara dilakukan oleh perusahaan untuk menarik pelanggan dan mempertahankan pelanggan. Hai Di Lao menjadi salah satu contoh restoran yang memiliki program *customer relationship management* menarik. Program tersebut dilakukan oleh Hai Di Lao untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggannya. Di tengah banyaknya perusahaan *food & beverage* yang sedang bersaing. Hai Di Lao menjadi salah satu contoh yang memiliki program CRM. Oleh karena itu, penelitian kali ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari *customer relationship management* terhadap kepuasan dari pelanggan Hai Di Lao. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan teori CRM dan kepuasan pelanggan. Teknik pengumpulan datanya dengan melakukan survei melalui kuesioner yang disebarakan kepada 200 responden serta pemilihan responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer relationship management* memiliki pengaruh sebesar 57,8% terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *Customer Relationship Management*, Hai Di Lao, Kepuasan Pelanggan

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN HAI DI LAO

(Nicholas Evan Angkawibawa)

ABSTRACT

As time goes by, food and beverage businesses are now competing to compete. Companies use various methods to attract customers and retain customers. Hai Di Lao is one example of a restaurant that has an attractive customer relationship management program. This program was carried out by Hai Di Lao to gain and retain customers. In the midst of many competing food & beverage companies, Hai Di Lao is one example that has quite a number of unique CRM programs. Therefore, this research aims to see the influence of customer relationship management on Hai Di Lao customer satisfaction. This research is explanatory quantitative research using CRM theory and customer satisfaction. The data collection technique was by conducting a survey via a questionnaire distributed to 200 respondents and the selection of respondents was carried out using a purposive sampling technique. The research results show that customer relationship management has an influence of 57.8% on customer satisfaction.

Keywords: *Customer Relationship Management, Hai Di Lao, Customer Satisfaction.*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI	
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Akademis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
1.5.3 Kegunaan Sosial	8
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Teori	21
2.3 Hipotesis Teoritis	30
2.4 Alur Penelitian	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.4 Operasionalisasi Variabel	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5.1 Data Primer	37

3.5.2 Data Sekunder.....	37
3.6 Teknik Pengukuran Data (Uji Validitas dan Reliabilitas)	37
3.6.1 Uji Validitas.....	37
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.7 Teknik Analisis Data	40
3.7.1 Uji Normalitas	40
3.7.2 Uji Regresi Linear Sederhana	40
3.7.3 Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Subjek/Objek Penelitian.....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	44
4.2.1 Profil Responden.....	44
4.2.2 Variabel <i>Customer relationship management</i>	46
4.2.3 Variabel Kepuasan Pelanggan.....	51
4.2.4 Uji Normalitas	54
4.2.5 Uji Korelasi.....	55
4.2.6 Uji Regresi Linear Sederhana.....	56
4.2.7 Uji Hipotesis.....	57
4.3 Pembahasan.....	57
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran.....	70
5.2.1 Saran Akademis	70
5.2.2 Saran Praktis.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	75

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Ukuran Sampel Marketing Research	33
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel X.....	34
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Y.....	36
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas X.....	38
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Y.....	38
Tabel 4.1 Uji Frekuensi Usia	45
Tabel 4.2 Uji Frekuensi Lokasi.....	45
Tabel 4.3 Frekuensi Dimensi Financial Benefit.....	47
Tabel 4.4 Frekuensi Dimensi Social Benefit.....	48
Tabel 4.5 Frekuensi Dimensi Structural Ties.....	50
Tabel 4.6 Frekuensi Dimensi Kesesuaian Harapan.....	51
Tabel 4.7 Frekuensi Dimensi Minat Berkunjung Kembali	53
Tabel 4.8 Frekuensi Dimensi Kesiediaan Merekomendasikan	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1.1 Logo Hai Di Lao Sumber: Website Perusahaan, 2024.....	2
Gambar 1.1.1.2 Pemesanan di Hai Di Lao Sumber: Google, 2020	5
Gambar 2.4.1 Alur Penelitian X Sumber: (Adriana & Setiawan, 2013).....	32
Gambar 2.4.2 Alur Penelitian Y Sumber: (Fatini & Dewi, 2020)	32
Gambar 3.6.2.1 Hasil Uji Reliabilitas X Sumber: Olahan Data SPSS.....	40
Gambar 3.6.2.2 Hasil Uji Reliabilitas Y Sumber: Olahan Data SPSS.....	40
Gambar 4.1.1.1Aktivitas Tari Topeng Sumber: Media Sosial Hai Di Lao.....	43
Gambar 4.2.6.1 Hasil Uji Regresi Sumber: Olahan Data SPSS.....	57
Gambar 4.2.6.2 Hasil Tabel ANOVA Sumber: Olahan Data SPSS	57
Gambar 4.2.6.3 Hasil Tabel Koefisien Sumber: Olahan Data SPSS	58
Gambar 4.3 1 Kegiatan Nail Art & Manicure Sumber: https://www.instagram.com/haidilao_indonesia/?hl=id	63
Gambar 4.3.2 Story Instagram Hai Di Lao Sumber: https://www.instagram.com/haidilao_indonesia/?hl=id	65

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA