

**Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap  
*Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel  
*Intervening***

**(Studi Kasus pada Konsumen Mixue di Jabodetabek)**

**Hana Zahida  
1707619062**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana  
Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2023**

# **The Influence of Customer Relationship Management (CRM) on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable**

**(Case Study on Mixue Consumers in Jabodetabek)**

**Hana Zahida**

**1707619062**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Thesis Submitted to Fulfill the Requirements for the Bachelor's Degree in  
Business Education at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta**

**BUSINESS EDUCATION STUDY PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMICS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2023**

## ABSTRAK

**HANA ZAHIDA**, Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Konsumen Mixue di Jabodetabek).

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh *customer relationship management* (CRM) terhadap *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening*. Responden yang terlibat dalam penelitian ini merupakan konsumen Mixue yang berdomisili di Jabodetabek, berusia 17 tahun ke atas, dan pernah mengonsumsi produk Mixue sebanyak lima kali dalam tiga bulan terakhir. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik SEM AMOS untuk menganalisis data yang diperoleh dari 200 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CRM berpengaruh terhadap *customer satisfaction*, CRM berpengaruh terhadap *customer loyalty*, *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *customer loyalty*, dan CRM berpengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

**Kata Kunci:** *Customer Relationship Management, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*

## ABSTRACT

**HANA ZAHIDA,** The Influence of Customer Relationship Management (CRM) on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable (Case Study on Mixue Consumers in Jabodetabek)

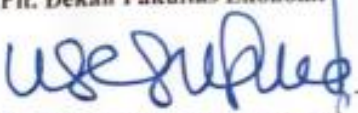
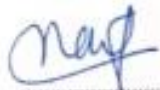




This research aims to investigate the influence of customer relationship management (CRM) on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable. The respondents involved in this study are Mixue consumers residing in Jabodetabek, aged 17 and above, who have consumed Mixue products at least five times in the last three months. The collected data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS to analyze data obtained from 200 respondents. The results of this study indicate that CRM has an effect on customer satisfaction, CRM influences customer loyalty, customer satisfaction affects customer loyalty, and CRM affects customer loyalty through customer satisfaction.

**Keywords:** Customer Relationship Management, Customer Loyalty, Customer Satisfaction



## LEMBAR PENGESAHAN

### Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Pit. Dekan Fakultas Ekonomi			
 Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D. NIP. 197002122008121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadilah F., S.pd., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Ketua)		11/08/2023
2	Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM  NIDN. 0002038107 (Penguji Ahli 1)		11/08/2023
3	Dewi Agustin Pratama Sari, S.E., M.S.M  NIP. 199308272020122024 (Penguji Ahli 2)		15/08/2023
4	Ika Febrilia, S.E., M.M  NIP. 198702092015042001 (Pembimbing 1)		11/08/2023
5	Rahmi, S.E., M.S.M NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		11/08/2023
Nama : Hana Zahida No. Registrasi : 1707619062 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 1 Agustus 2023			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12  
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hana Zahida

NIM : 1707619062

Program Studi : Pendidikan Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Konsumen Mixue di Jabodetabek).

Dengan ini menyatakan bahwa karya beserta Laporan Skripsi ini adalah benar merupakan hasil karya penelitian sendiri dan bukan duplikasi dari hasil karya penelitian orang lain.

Pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jakarta, 29 Agustus 2023



**Hana Zahida**

**NIM. 1707619062**





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hana Zahida  
NIM : 1707619062  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / Pendidikan Bisnis  
Alamat email : Hanazahida7@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Customer Loyalty dengan  
Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Konsumen Mixue di  
Jabodetabek)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta , 5 September 2023

Penulis

( Hana Zahida )  
nama dan tanda tangan

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya yang senantiasa melimpahkan keberkahan dalam perjalanan penyelesaian skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di Universitas Negeri Jakarta dan meraih gelar S.Pd.

Penulisan skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa bantuan dan dukungan berbagai pihak yang dengan ikhlas memberikan kontribusi, baik dalam bentuk pengetahuan, waktunya, maupun dukungan moral. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Orang tua tercinta dan keluarga yang selalu memberikan dukungan, doa, dan semangat dalam setiap langkah perjalanan penulis. Kalian adalah sumber inspirasi dan kekuatan bagi Peneliti.
2. Nadya Fadillah Fidhyallah, M.Pdi, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
3. Ika Febrilia SE. MM., dan Rahmi SE. MSM., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang sabar dan penuh pengertian, atas bimbingan, arahan, dan dukungannya sepanjang penulisan skripsi ini. Terima kasih atas wawasan dan ilmu yang telah diberikan.
4. Teman-teman seperjuangan yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, kalian telah menjadi sahabat sekaligus keluarga dalam perjalanan kuliah. Dukungan, diskusi, dan semangat kalian menjadi pendorong bagi peneliti untuk terus berusaha dan berkembang.
5. Responden yang telah dengan sukarela meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian. Tanpa partisipasi kalian, penelitian ini tidak akan terwujud.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam bidang ilmu pengetahuan dan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian lanjutan di masa depan.

Jakarta, 5 Juli 2023

Hana Zahida



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Teori Pendukung.....	9
2.1.1 <i>Customer Loyalty</i> .....	9
2.1.2. <i>Customer Satisfaction</i> .....	10
2.1.3 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	12
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	13
2.2.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	13
2.2.2 Pengaruh <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> terhadap customer loyalty .....	14
2.2.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	15
2.2.4 Pengaruh <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	17
2.2.5 Pengembangan Hipotesis .....	18

BAB III METODE PENELITIAN .....	21
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	21
3.1.1 Waktu .....	21
3.1.2 Tempat Penelitian .....	21
3.2 Desain Penelitian .....	21
3.3 Populasi dan Sampel.....	22
3.2.1 Populasi.....	22
3.2.2 Sampel.....	22
3.3 Pengembangan Instrumen.....	23
3.3.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	23
3.3.2 <i>Customer Loyalty</i> .....	24
3.3.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	25
3.3.4 Skala Penilaian .....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.5 Teknik Analisis Data .....	26
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	26
3.5.2 Uji Validitas.....	26
3.5.3 Uji Reliabilitas.....	27
3.5.4 Uji Hipotesis.....	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	30
4.1 Deskripsi Data .....	30
4.1.1 Analisis Deskriptif.....	33
4.1.1.1 <i>Customer Relationship Management</i> .....	33
4.1.1.2 <i>Customer Loyalty</i> .....	34
4.1.1.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	36
4.2 Hasil.....	37
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
4.2.2 Uji Kelayakan Model .....	39
4.3 Uji Hipotesis.....	41
4.4 Pembahasan .....	42

4.4.1	<i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ....	42
4.4.2	<i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	42
4.4.3	<i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	43
4.4.4	<i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	43
BAB V PENUTUP.....		44
5.1	Kesimpulan.....	44
5.2	Implikasi.....	44
5.2.1	Implikasi Teoretis .....	44
5.2.3	Implikasi Praktis .....	45
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	47
5.4	Rekomendasi Bagi Peneliti Selajutnya .....	48
DAFTAR PUSTAKA.....		51
LAMPIRAN.....		64

