

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PT INDOMARCO (STUDI KASUS PELANGGAN INDOMARET DKI JAKARTA)

OCTIA DEA AYU AMANDA

1707620012



Intelligentia - Dignitas

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP
MANAGEMENT (CRM) AND SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION
AS AN INTERVENING VARIABLE AT PT INDOMARCO (A CASE
STUDY OF INDOMARET CUSTOMERS IN DKI JAKARTA)***

OCTIA DEA AYU AMANDA

1707620012



**This Thesis Was Written as Part of the Requirements for a Bachelor
of Education Degree from the Faculty of Economics and Business
at The Universitas Negeri Jakarta**

BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

ABSTRAK

OCTIA DEA AYU AMANDA. PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PT INDOMARCO (STUDI KASUS PELANGGAN INDOMARET DKI JAKARTA)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dan *Customer Satisfaction* pada studi pelanggan Indomaret di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) untuk kuantifikasi. Data yang terhimpun didapatkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan *Google Form* dengan metode *purposive sampling* dengan adanya kriteria tertentu. Karakteristik sampel penelitian ini adalah pelanggan yang pernah berbelanja di Indomaret. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *software* SmartPLS versi 4.0 dan sampel yang dipilih untuk menguji seluruh variabel sebanyak 120 partisipan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CRM berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty*, *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*, CRM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, *customer loyalty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, CRM berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*, *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management*., *Service Quality*, *Customer Loyalty*, *Customer Satisfaction*, *Retail*

ABSTRACT

OCTIA DEA AYU AMANDA. THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE PT INDOMARCO (CASE STUDY ON INDOMARET CUSTOMERS DKI JAKARTA)

The purpose of this study is to determine the effect of Customer Relationship Management (CRM) and Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in the study of Indomaret customers in DKI Jakarta. This research uses SEM (Structural Equation Modeling) for quantification. The data collected was obtained through distributing questionnaires using Google Form with a purposive sampling method with certain criteria. The characteristics of this research sample are customers who have shopped at Indomaret. Data analysis was carried out using SmartPLS version 4.0 software and the sample selected to test all variables was 120 participants. The results showed that CRM has a significant effect on Customer Loyalty, Service Quality has a significant effect on Customer Loyalty, CRM has a significant effect on customer satisfaction. Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction, Customer Loyalty has a significant effect on customer satisfaction, CRM has a significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction, Service Quality has a significant effect on Customer Loyalty through Customer Satisfaction.

Keyword: *Customer Relationship Management, Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Retail*

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: 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 : Octia Dea Ayu Amanda
NIM : 1707620012
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Pendidikan Bisnis
Alamat email : octiadea35@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)* Dan *Service Quality* Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening PT Indomarco (Studi Kasus Pelanggan Indomaret Dki Jakarta)

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, 4 Agustus 2025

Penulis

(Octia Dea Ayu Amanda)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIP. 197206272006041001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)		16-07-2025
2	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji Ahli 1)		16-07-2025
3	Annisa Lutfia, S.Pd., M.Pd NIP. 198802142022032001 (Penguji Ahli 2)		16-07-2025
4	Andi Muhammad Sadat, S.E, M.Si., Ph.D NIP. 197412021200812001 (Pembimbing 1)		16-07-2025
5	Rahmi, S.E., M.S.M. NIP. 198305012018032001 (Pembimbing 2)		16-07-2025

Nama : Octia Dea Ayu Amanda
No. Registrasi : 1707620012
Program Studi : S1 Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 06 Februari 2025

LEMBAR ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun Perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini dipublikasikan, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 1 Maret 2025



Octia Dea Ayu Amanda
NIM. 1707620012

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya yang telah memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan penelitian tentang "Pengaruh Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM), dan *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai variabel *Intervening* PT Indomarko (Studi kasus Pelanggan Indomaret DKI Jakarta)" Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu kriteria untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Banyak pihak yang membantu baik secara moral dan material selama penulisan dan penyusunan skripsi ini, sehingga bisa terselesaikan dengan tepat waktu. Sehubungan dengan hal tersebut, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Mohammad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si., Ph.D., selaku Koorprodi Program Studi S1 Pendidikan Bisnis.
3. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D, selaku dosen pembimbing I yang selalu membimbing, memberi masukan, dukungan serta meluangkan waktunya yang sangat berarti bagi peneliti dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini.
4. Rahmi, S.E., M.S.M, selaku dosen pembimbing II yang selalu membimbing, memberi masukan, dukungan serta meluangkan waktunya

yang sangat berarti bagi peneliti dalam melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan banyak sekali ilmu yang akan bermanfaat bagi peneliti dimasa yang akan datang.
6. Mamah Sudarti, selaku ibu kandung peneliti. Terima kasih atas doa dan kasih sayang, dukungan dan bantuan tak ternilai lainnya yang telah mamah berikan selama ini kepada peneliti hingga bisa mencapai titik ini.
7. Sahabat seperjuangan mahasiswa Pendidikan Bisnis 2020 yang telah saling kerjasama dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Agung Budi dan Ratu Bintang, selaku saudara kandung peneliti yang telah menerima peneliti untuk menjadi pendengar dan tempat berkeluh kesah selama proses penelitian.
9. Kepada Dian Ashari selaku sahabat dan partner penulis yang telah memberikan sumbangsih pikiran dalam proses berkuliah hingga proses menjadi dewasa.
10. Kepada Syifa Anisa terima kasih atas dukungan dengan segala motivasi dan semangat yang telah diberikan.
11. Kepada Muhammad Fadhlur Rohman Fadhil Athaya Noor Nabila yang memberikan dukungan dari jauh terhadap seluruh proses pengerjaan skripsi ini.
12. Kepada *Abcdteam* dan *Harapan Bangsa*, terima kasih telah menjadi partner bertumbuh di segala kondisi yang terkadang tidak terduga,

menjadi teman ngopi di semua warkop, menjadi pendengar yang baik untuk penulis serta menjadi sahabat yang selalu menjadi penyemangat.

13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh peneliti, yang sejauh ini telah membantu dan berkontribusi selama proses pengerjaan skripsi.

14. *Last but not least*, untuk diri saya sendiri Octia Dea Ayu Amanda terima kasih sudah mampu menepikan ego dan memilih untuk kembali bangkit dalam menyelesaikan segala rintangan, yang terus berjuang ditengah badai, yang menemukan kekuatan dalam kelemahan, yang tak gentar menghadapi tantangan.

Peneliti menyadari masih banyak kesalahan baik isi maupun tata bahasa. Untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak. Atas segala bantuan, bimbingan dan semangat yang telah peneliti terima dari berbagai pihak, peneliti mengucapkan banyak terima kasih. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalasnya. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti serta dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran dalam dunia pendidikan.

Jakarta, Juli 2025

Octia Dea Ayu Amanda

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Theory of Planned Behavior.....	18
2.1.2 Customer Satisfaction	20
2.1.3 Customer Loyalty	22
2.1.4 Customer Relationship Management (CRM).....	25
2.1.5 Service Quality	27
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis	32
2.3.1 Kerangka Teoritis	32
2.3.2 Pengembangan Hipotesis.....	33
BAB III.....	44
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	44
3.1.1 Waktu Penelitian.....	44
3.1.2 Tempat Penelitian	44
3.2 Desain Penelitian	45
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.4 Pengembangan Instrumen	50
3.4.1 Customer Relationship Management (CRM).....	51

3.5 Teknik Pengumpulan Data	57
3.6 Teknik Analisis Data	58
BAB IV	66
4.1 Deskripsi Data.....	66
4.2 Analisis Deskriptif	69
4.3 Hasil Penelitian	75
4.4 Pembahasan	84
BAB V	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Implikasi.....	95
5.3 Keterbatasan Penelitian	96
5.4 Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indeks Penjualan Retail di Indonesia Tahun 2019-2023	2
Gambar 1. 2 Jumlah Gerai Ritel di Indonesia 2024	5
Gambar 1. 3 Kecurangan yang dilakukan oleh Kasir	9
Gambar 2. 1 Kerangka Teori	32
Gambar 4. 1 Tampilan Hasil PLS <i>Bootstrepping</i>	80



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Timeline Penelitian.....	44
Tabel 3. 2 Operasional Varibel <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	52
Tabel 3. 3 Operasional Varibel <i>Service Quality</i>	53
Tabel 3. 4 Operasional Varibel <i>Customer Loyalty</i>	55
Tabel 3. 5 Operasional Varibel <i>Customer Satisfaction</i>	56
Tabel 3. 6 Skala <i>Likert</i>	58
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	67
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	68
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Pekerjaan.....	68
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif <i>Customer Relationship Management</i>	70
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	70
Tabel 4. 8 Deskripsi Statistik <i>Service Quality</i>	71
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	72
Tabel 4. 10 Statik Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	73
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	73
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	74
Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	75
Tabel 4. 14 Loading Factor	76
Tabel 4. 15 Nilai AVE	77
Tabel 4. 16 Hasil <i>Cross Loading</i>	78
Tabel 4. 17 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	79
Tabel 4. 18 Nilai <i>R-Square</i>	81
Tabel 4. 19 Nilai <i>F-Square</i>	81
Tabel 4. 20 Uji VIF	82
Tabel 4. 21 Hasil <i>Path Coefisien</i>	83
Tabel 4. 22 Hasil Mediasi.....	84
Tabel 4. 23 Hasil <i>Path Coefisien</i>	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2 Hasil Uji <i>R-Square</i>	104
Lampiran 3 Hasil Uji <i>F-Square</i>	104
Lampiran 4 Uji <i>Colinearity Statistic</i> (VIF).....	105
Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis <i>Path Coeffisien</i>	105
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis Mediasi <i>Indirect</i>	106

