

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
*COFFEE SHOP COFFEEINN***

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

oleh

Syahditha Ade Prayoga

NPM : 41183402190094



Strata 1

Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM "45"

FAKULTAS EKONOMI

BEKASI

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
*COFFEE SHOP COFFEEINN***

Tanggal : 24 Januari 2024

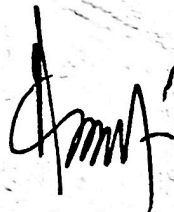
Oleh

Syahditha Ade Prayoga

NPM : 41183402190094

Disetujui ,

Pembimbing



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

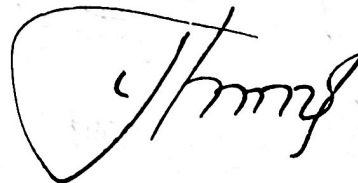
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *COFFEE SHOP COFFEEINN*

Tanggal : 24 Januari 2024

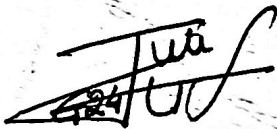
Oleh

Syahditha Ade Prayoga

NPM : 41183402190094

Diuji oleh,

Penguji I



Tuti Sulastri, Dra., M.M.

Penguji II



Yunike Berry, S.M.B., M.Sc.

Mengetahui,
Pembimbing



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syahditha Ade Prayoga
NPM : 41183402190094
Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop Coffeeinn*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis ini dalam naskah ini dan sudah tertera di daftar pustaka.

Apabila kemudian hari skripsi ini dapat dibuktikan adanya unsur plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi yang berlaku.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 24 Januari 2024



Syahditha Ade Prayoga

ABSTRAK

Syahditha Ade Prayoga (41183402190094)

Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop* Coffeeinn.

Xii + 105 halaman + 19 tabel + 2 gambar + 13 lampiran

Kata kunci : *Customer Relationship Management* (CRM), Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.

Kopi adalah minuman yang menjadi daya tarik sendiri bagi masyarakat di Indonesia, munculnya beberapa *coffee shop* juga tidak terlepas dari gaya hidup masyarakat yang senang berkumpul. Ketika menerapkan strategi *customer relationship management* dan kualitas pelayanan yang baik, tentunya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *customer relationship* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *coffee shop* Coffeeinn. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan dari Coffeeinn. Sedangkan Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Jumlah responden sebanyak 100 responden dengan menggunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono. Data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari jawaban kuesioner dan data sekunder yang berasal dari buku referensi, jurnal ilmiah dan data dari internet sebagai bahan referensi. Alat uji yang digunakan adalah SPSS Versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa variabel *customer relationship management* (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai $t_{hitung} 3,063 > t_{tabel} 1,660$ dengan sig. $0,003 < 0,005$, sedangkan pada variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai $t_{hitung} 7,189 > t_{tabel} 1,660$ dan sig. $0,00 < 0,05$. Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,762 yang berarti besarnya pengaruh *customer relationship management* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebanyak 76,2% sisanya senilai 23,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Daftar Pustaka : 23 (2002 - 2023)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt. atas segala rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Coffee Shop Coffeinn*” dengan lancar. Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan kelulusan Sarjana (S-1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.

Penulis sangat menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan serta saran dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan pengarahan dengan sangat baik, memberikan masukan, perhatian serta semangat dalam pembuatan tugas akhir skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Tuti Sulastri, Dra., M.M. dan Ibu Yunike Berry, S.M.B., M.Sc. selaku dosen penguji yang sudah memberikan saran dan kritik yang diajukan dalam sidang skripsi
4. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan ilmu serta memfasilitasi penulis selama proses perkuliahan dan pembuatan tugas akhir skripsi.
5. Kedua orang tua tercinta, Bapak Prayitno dan Ibu Wasriyati yang selalu memberikan dukungan secara materi, semangat, kasih sayang, dan doa yang tiada henti sampai saat ini.

6. Bagus Prasetya selaku pemilik Coffeeinn yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian di Coffeeinn dan Andreas Rafael selaku teman saya dan juga barista Coffeeinn sudah membantu dalam mendapatkan data-data responden selama penyebaran kuesioner.
7. Para responden yang telah meluangkan waktu nya untuk mengisi kuesioner tugas akhir skripsi ini.
8. Kepada keluarga besar Castara dan KOPI RAGA yang selalu mendukung, menyemangati, dan mengingatkan saya dalam mengerjakan penelitian ini.
9. Kepada Afnantia Jihan Nurrahmah, Maulana Ibrahim, dan Abdul Rafli Andreansyah teman seperjuangan yang selalu memberi masukan kepada saya selama menyusun penelitian ini dari awal hingga akhir.
10. Kepada diri sendiri yang telah bekerja keras dari awal sampai akhir dan berhasil mengalahkan rasa malas dan juga ingin menyerah.

Penulis sangat menyadari bahwa penelitian ini mempunyai kekurangan dalam penulisan tugas akhir skripsi ini. Maka dari itu, penulis berharap adanya saran dan kritik untuk membangun penyempurnaan tugas akhir skripsi ini. Semoga, tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Bekasi, 24 Januari 2024

Penulis

Syahditha Ade Prayoga

DAFTAR ISI

	Hal
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Ruang Lingkup atau Batasan Masalah.....	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 10
2.1 Pemasaran	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 <i>Customer Relationship Management</i>	11
2.2.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	11
2.2.2 Indikator <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	11
2.3 Kualitas Pelayanan.....	13
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	13
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	14
2.4 Kepuasan Pelanggan	14
2.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	14

2.4.2	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	15
2.5	Penelitian Terdahulu	16
2.6	Kerangka Pemikiran.....	24
2.7	Hipotesis Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Desain Penelitian	29
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
3.3	Populasi dan Sampel	30
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.6	Instrumen Penelitian	32
3.7	Teknik Analisis Data	34
3.7.1	Uji Kualitas Data.....	34
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	35
3.7.3	Uji Hipotesis	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.1.1	Sejarah Singkat Coffeinn.....	40
4.1.2	Visi dan Misi Coffeinn	40
4.2	Deskripsi Subjek Penelitian	40
4.2.1	Profil Responden.....	41
4.3	Deskripsi Hasil Uji Instrumen.....	42
4.3.1	Hasil Uji Kualitas Data	42
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	45
4.4	Deskripsi Persepsi Responden	46
4.4.1	Deskripsi <i>Customer Relationship Management</i> (X ₁).....	46
4.4.2	Deskripsi Kualitas Pelayanan (X ₂)	48
4.4.3	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	50
4.5	Deskripsi Hasil Uji Asumsi Klasik	52

4.5.1	Hasil Uji Normalitas	52
4.5.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
4.6	Deskripsi Hasil Uji Hipotesis.....	56
4.6.1	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	56
4.6.2	Hasil Uji Determinan (Uji R^2).....	58
4.6.3	Hasil Uji F	59
4.7	Pembahasan	59
4.7.1	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	60
4.7.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	61
4.8	Kelemahan Penelitian.....	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		63
5.1	Simpulan	63
5.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		64

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pendapatan Coffeeinn Sep 2022 – Jun 2023	2
Tabel 1. 2 Hasil Prasurvei Variabel Kepuasan Pelanggan.....	3
Tabel 1. 3 Hasil Prasurvei Variabel CRM	4
Tabel 1. 4 Hasil Prasurvei Variabel Kualitas Pelayanan	6
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4. 2 Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4. 3 Uji Validitas <i>Customer Relationship Management</i>	43
Tabel 4. 4 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	44
Tabel 4. 5 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	46
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	46
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	48
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Liniear Berganda	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
Tabel 4. 15 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Normal P – P Plot.....	52
Gambar 4. 2 Histogram	53

Lampiran 12 Turnitin

Turnitin_Syahdita			
ORIGINALITY REPORT			
26%	29%	8%	25%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	11%	
2	lib.unnes.ac.id Internet Source	2%	
3	positori.uma.ac.id Internet Source	2%	
4	positori.uinsu.ac.id Internet Source	1%	
5	jurnal.pancabudi.ac.id Internet Source	1%	
6	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	1%	
7	positori.ub.ac.id Internet Source	1%	
8	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	1%	
9	positori.stienobel-indonesia.ac.id Internet Source	1%	