

SKRIPSI

**“PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
(CRM) DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN ALFAMART DI KECAMATAN
BANJARMASIN TENGAH”**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)
pada Program Studi Administrasi Bisnis**

Oleh :

RAHMIYATI

NIM : 1910412220024



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2023


LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN ALFAMART DI KECAMATAN BANJARMASIN TENGAH

- A. Nama Mahasiswa : Rahmiyati
NIM : 1910412220024
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:

- a. Pembimbing

Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP.197104201999031001

[]


- b. Penguji I

Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
NIP.197401102000031001

[]

- c. Penguji II

Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
NIP.19764132000121002

[]

Banjarmasin, 21 Agustus 2023

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

[]

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP.197511052001122001

[]

Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP.197104201999031001

Mengetahui
Dekan FISIP Universitas Lambung Mangkurat



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP.197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis tanggal 15 bulan Juni tahun 2023, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor : 3491/UN8.1.13/KP.10.00/2023 tanggal 14 Juni 2023 untuk menguji skripsi :

Nama : Rahmiyati
NIM : 1910412220024
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Alfamart di Kecamatan Banjarmasin Tengah

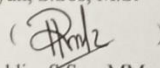
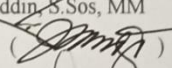
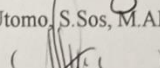
Tempat Ujian : Ruang Seminar 1
Waktu Ujian : 14.00 Wita s.d Selesai
Nilai : **BB (A)**
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~


Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 15 Juni 2023

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

1. Ketua : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
()
2. Sekretaris : Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
()
3. Anggota : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
()


Rahmiyati

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan

Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



H. Nurul Wati, S.Sos, M.AB
NIM 191041222001122001

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Alfamart di Kecamatan Banjarmasin Tengah” sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi dan memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna namun Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikannya dengan sebaik mungkin dengan adanya bantuan dan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan serta perhatian selama penulis menuntut

ilmu di program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

5. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan saran serta masukan sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
6. Bapak Dr. Taharuddin, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
7. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku Dosen Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik.
8. Bapak dan Ibu Dosen program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan kepada penulis.
9. Seluruh Staff Tata Usaha (BAAK) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta Staff Program Studi Administrasi Bisnis yang telah membantu kelancaran studi selama penulis menjalani perkuliahan.
10. Seluruh teman-teman prodi administrasi bisnis angkatan 2019 yang bersama-sama berjuang menyelesaikan studi, selalu saling mendukung dan memberi bantuan.

11. Seluruh teman-teman dari organisasi Koperasi Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat yang selalu memberikan doa, dukungan dan memberi pengalaman berharga bagi penulis.
12. Serta seluruh pihak yang terlibat dalam membantu kelancaran penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT, memberikan imbalan atas amal dan bantuannya, Aamiin.

Penulis menyadari skripsi ini mungkin masih banyak kekurangan. Oleh karena itu segala bentuk kritik dan saran yang membangun akan dengan senang hati diterima dan diharapkan dapat membantu dalam penulisan skripsi selanjutnya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, Juni 2023



Penulis

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan rahmat Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, yang memberikan kemudahan dan kelancaran hingga terselesaikannya skripsi ini. Saya persembahkan karya ini untuk kedua orang tua saya bapak Muslim dan ibu Salasiah yang telah memberi kasih sayang, mendidik, mendukung, dan selalu mendoakan hingga sekarang, terima kasih tak terhingga atas segala yang telah diberikan. Serta kepada kakak dan adik serta seluruh keluarga saya tersayang yang selalu mendoakan dan memberi dukungan kepada saya selama ini, juga saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpanan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 15 Juni 2023

Yang membuat pernyataan



Rahmiyati

1910412220024

ABSTRAK

Rahmiyati, 1910412220024, 2023. Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* dan *Customer Experience* terhadap Loyalitas Pelanggan Alfamart di Kecamatan Banjarmasin Tengah. Di bawah bimbingan: Irwansyah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara parsial dan simultan pengaruh *customer relationship management (CRM)* dan *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan Alfamart di Kecamatan Banjarmasin Tengah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Alfamart yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dengan jumlah 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* yaitu teknik *sampling incidental*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisa data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan *customer relationship management (CRM)* berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan, *customer experience* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas pelanggan serta *customer relationship management (CRM)* dan *customer experience* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Customer relationship management (CRM)*, *customer experience*, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

Rahmiyati, 1910412220024, 2023. The Influence of Customer Relationship Management (CRM) and Customer Experience on Alfamart Customer Loyalty in Central Banjarmasin District. Under the guidance of: Irwansyah.

The purpose of this study was to partially and simultaneously examine the effect of customer relationship management (CRM) and customer experience on Alfamart customer loyalty in Central Banjarmasin District.

This study uses a quantitative approach. The sample in this study were Alfamart customers who met predetermined criteria with a total of 100 respondents using a non-probability sampling technique, namely incidental sampling technique. Data collection techniques using questionnaires and data analysis using multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that customer relationship management (CRM) has a partially insignificant effect on customer loyalty, customer experience has a partially significant effect on customer loyalty and customer relationship management (CRM) and customer experience have a significant effect simultaneously on customer loyalty.

Keyword: Customer Relationship Management (CRM), Customer Experience, Customer Loyalty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Manajemen Ritel.....	11
2.1.3 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	22
2.1.4 <i>Customer Experience</i>	30
2.1.5 Loyalitas Pelanggan.....	34
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	41
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	50
2.3.1 Hipotesis Penelitian	50
2.3.2 Model Penelitian	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1 Pendekatan Penelitian.....	53
3.2 Desain Penelitian	53
3.3 Lokasi Penelitian	53
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling.....	53
3.4.1 Populasi.....	53
3.4.2 Besar Sampel	54
3.4.3 Teknik Sampling.....	54
3.5 Definisi Operasional Variabel	55
3.5.1 <i>Customer Relationship Management (CRM) (X1)</i>	55
3.5.2 <i>Customer Experience (X2)</i>	56
3.5.3 Loyalitas Pelanggan	58
3.6 Teknik Pengumpulan Data	61
3.6.1 Data Primer	61
3.6.2 Data Sekunder.....	61
3.7 Teknik Analisa Data	61
3.7.1 Skala Pengukuran	61

3.7.2 Statistik Deskriptif	61
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	62
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda	65
3.7.6 Alat Uji Hipotesis	65
BAB IV HASIL PENELITIAN	67
4.1 Hasil Penelitian.....	67
4.1.1 Profil Responden.....	67
4.1.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	70
4.2 Hasil Validitas dan Realiabilitas	79
4.2.1 Uji Validitas	79
4.2.1 Uji Reliabilitas	80
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	81
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	81
4.3.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
4.3.3 Hasil Uji Multikolinearitas	84
4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	85
4.5 Pengujian Hipotesis	86
4.5.1 Hasil Uji t (Parsial)	86
4.5.2 Hasil Uji F (Simultan)	88
4.5.3 Hasil Uji Koefesien Determinasi (R ²).....	88
BAB V PEMBAHASAN HASIL	90
5.1 Interpretasi Hasil Penelitian	90
5.1.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	90
5.1.2 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	90
5.1.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> dan Customer Experience terhadap Loyalitas Pelanggan	91
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	91
5.3 Keterbatasan Penelitian	93
BAB VI PENUTUP	94
6.1 Kesimpulan.....	94
6.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	100
BIODATA PENELITI	130

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Sub Kategori Minimarket Tahun 2018-2022.....	3
Tabel 2.1	Pemetaan Hasil Penelitian Terdahul.....	41
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	59
Tabel 3.2	Skala Likert.....	61
Tabel 3.3	Rentang kategori nilai rata-rata jawaban responden.....	62
Tabel 3.4	Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.....	66
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	67
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	68
Tabel 4.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	69
Tabel 4.4	Tanggapan terhadap variabel <i>customer relationship management</i> ...	70
Tabel 4.5	Tanggapan terhadap variabel <i>customer experience</i> (X2).....	73
Tabel 4.6	Tanggapan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).....	76
Tabel 4.7	Hasil uji validitas.....	79
Tabel 4.8	Hasil uji reliabilitas.....	80
Tabel 4.9	Hasil uji normalitas <i>One Sample Kolmogorov-Smirnov</i> (K-S).....	83
Tabel 4.10	Hasil uji multikolinearitas.....	84
Tabel 4.11	Hasil analisis regresi linier berganda.....	85
Tabel 4.12	Hasil uji t (parsial).....	86
Tabel 4.13	Hasil uji F (simultan).....	88
Tabel 4.14	Hasil uji koefisien determinasi.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan jumlah gerai Alfamart	2
Gambar 2.1	Bauran Ritel.....	13
Gambar 2.2	Model perilaku konsumen yang sederhana	19
Gambar 2.5	Model penelitian.....	52
Gambar 4.1	Histogram hasil uji normalitas.....	81
Gambar 4.2	Hasil uji normalitas menggunakan <i>normal probability plot</i>	82
Gambar 4.3	Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan <i>Scatterplot</i>	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2	Skor Jawaban Responden	105
Lampiran 3	Hasil Output SPSS.....	113