



**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
(*CRM*) DAN *BRAND IMAGE* GUNA MENCIPTAKAN
CUSTOMER LOYALTY PADA MOBIL TOYOTA**

SKRIPSI

SALSA ZANEDFI 1910111124

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

Salsa Zanethi
1910111240

**Pengaruh Customer Relationship Management (CRM)
dan Brand Image Guna Menciptakan Customer Loyalty
Pada Mobil Toyota**





**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
(*CRM*) DAN *BRAND IMAGE* GUNA MENCIPTAKAN
CUSTOMER LOYALTY PADA MOBIL TOYOTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

SALSA ZANEDFI 191011124

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip, maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Salsa Zanedfi

NIM : 1910111124

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 10 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Salsa Zanedfi)
NIM: 1910111124

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Salsa Zanedfi
NIM : 191011124
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program studi : SI Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* DAN
BRAND IMAGE GUNA MENCIPTAKAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA
MOBIL TOYOTA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database merawat, dan mempublikasi karya Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 22 juli 2023

Yang menyatakan,



Salsa Zanedfi

SKRIPSI

**PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
(CRM) DAN BRAND IMAGE GUNA MENCIPTAKAN
CUSTOMER LOYALTY PADA MOBIL TOYOTA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Salsa Zanedfi 1910111124

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 17 Februari 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Lina Arvani, SE, MM
Ketua Penguji



Diana Triwardhani, S.E., M.M
Penguji I



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE.M.Si
Penguji II (Pembimbing)




Dr. Dian Nurrahmah Ariefiara, SE., Ak., MAk., CA., CSRS
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidavati, S.E., M.M.
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 17 Februari 2023

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT
(CRM) AND BRAND IMAGE TO CREATE CUSTOMER LOYALTY IN
TOYOTA CARS**

By Salsa Zanedfi

Abstract

The automotive industry is one of the fastest growing industries. Toyota is an automotive company with the most sales from year to year. Loyal customers are one of Toyota's keys to success. However, to achieve this, supporters of loyalty are needed, namely customer relationship management and brand image. Therefore, the formulation of the problem that is suitable for this study is determined, namely whether customer relationship management and brand image have an influence on customer loyalty. Then this research was carried out with the aim of proving and analyzing whether there is an influence on customer relationship management and brand image in order to create customer loyalty. The population in this study are consumers who are or have used Toyota cars in DKI Jakarta with quantitative data types and the method used is purposive sampling method. The sample used was 100 respondents. The analysis technique uses Partial Least Square (PLS) using SmartPLS 3.0 software. The results obtained from this study indicate that (1) the customer relationship management variable has a significant positive effect on customer loyalty of 0.486 and (2) the brand image variable has a significant positive effect on customer loyalty of 0.382.

Keywords: Automotive Industry, Toyota, customer relationship management, brand image, customer loyalty

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)* DAN
BRAND IMAGE GUNA MENCIPTAKAN *CUSTOMER LOYALTY* PADA
MOBIL TOYOTA**

Oleh Salsa Zanedfi

Abstrak

Industri otomotif mobil merupakan salah satu industri yang berkembang sangat cepat. Toyota merupakan perusahaan otomotif dengan penjualan terbanyak dari tahun ke tahun. Konsumen yang loyal merupakan salah satu kunci sukses dari Toyota. Namun untuk mencapai itu dibutuhkan pendukung dari loyalitas tersebut, yaitu *customer relationship management* dan *brand image*. Oleh karena itu, ditetapkan rumusan permasalahan yang sesuai untuk penelitian ini yaitu apakah *customer relationship management* dan *brand image* memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty*. Kemudian penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk membuktikan dan menganalisis apakah terdapat pengaruh pada *customer relationship management* dan *brand image* guna menciptakan *customer loyalty*. Populasi pada penelitian ini yaitu konsumen yang sedang atau pernah menggunakan mobil Toyota di DKI Jakarta dengan jenis data kuantitatif dan metode yang digunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisis menggunakan Partial Least Square (PLS) menggunakan software SmartPLS 3.0. Hasil yang didapat dari penelitian ini memperlihatkan bahwa (1) variabel *customer relationship management* berpengaruh yang positif signifikan terhadap *customer loyalty* sebesar 0,486 dan (2) variabel *brand image* berpengaruh yang positif signifikan terhadap *customer loyalty* sebesar 0,382.

Kata kunci : Industry Otomotif, Toyota, *customer relationship management*, *brand image*, *customer loyalty*



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692858
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2022/2023

Hari ini Jumat, tanggal 17 Februari 2023, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Salsa Zanedfi

No. Pokok Mahasiswa : 1910111124

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :
Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) dan Brand Image Guna Menciptakan Customer Loyalty Pada Mobil Toyota
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / ~~Tidak Lulus~~ *)*

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lina Ariyani, SE, MM	Ketua	1.
2	Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D	Anggota I	2.
3	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si	Anggota II **)	3.

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 17 Februari 2023
Mengesahkan
A. DEKAN
Kaprodin Manajemen S.1

Siti Hidayat, SE, MM.

PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang senantiasa menjadi penopang dan teman terbaik penulis sepanjang hidupnya. Hanya karena kebaikan Kasih dan Berkat-Nya lah yang menuntun penulis berhasil menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh *Customer Relationship Management (CRM)* dan *Brand Image* Guna Menciptakan *Customer Loyalty* Pada Mobil Toyota”**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., CA., CSR. selaku Dekan FEB, dan Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen. Peneliti juga menyampaikan terima kasih banyak kepada Ibu Dr. Alfatih S.Manggabarani, SE, M. Si selaku dosen pembimbing skripsi dan Ibu Lina Aryani S.E., M.M selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan saran-saran yang bermanfaat untuk kegiatan akademik peneliti. Serta kepada seluruh tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Disamping itu penulis juga berterimakasih kepada Almarhum Ayah Junaedy Simamora, Ibu Fui Inawoke tercinta yang senantiasa memberikan rasa sayang, didikan, materi serta doa yang selalu di panjatkan pada Tuhan Yesus kepada penulis. Untuk adik tercinta Chelsy, Zefanye, Ladies, serta keluarga besar tante, om, kakak, dan adik sepupu yang telah memberikan doa, dukungan serta semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.

Tidak lupa peneliti juga menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada kekasih sekaligus sahabat Erikson Andre S. yang dengan sepenuh hati menemani, menyemangati, menenangkan dan memberikan solusi pada setiap keluh kesah yang peneliti rasakan. Teman-teman peneliti yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada peneliti selama menulis naskah penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat yang baik di masa yang akan datang.

Jakarta, 10 Desember 2022

Salsa Zanedfi

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan masalah.....	6
I.3 Tujuan Penelitian.....	7
I.4 Manfaat penelitian.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
II.1 Landasan Teori.....	9
II.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
II.1.2 Customer loyalty.....	10
II.1.2.1 Indikator Customer loyalty.....	10
II.1.3 Customer relationship management (CRM).....	11
II.1.3.1 Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	11
II.1.4 Brand image.....	13
II.1.4.1 Indikator Brand Image.....	14
II.2 Penelitian Terdahulu.....	14
II.3 Model Penelitian.....	21
II.3.1 Pengaruh Customer relationship management (CRM) terhadap Customer loyalty.....	22
II.3.2 Pengaruh Brand image terhadap Customer loyalty.....	22
II. 4 Hipotesis.....	23
BAB III.....	24
METODOLOGI PENELITIAN.....	24
III. 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
III. 1. 1 Definisi Operasional.....	24
III. 1. 2 Pengukuran Variabel.....	24
III. 2. Populasi dan Sampel.....	25
III. 2. 1 Populasi.....	25
III. 2. 2 Sampel.....	26
III. 3 Teknik Pengumpulan Data.....	26
III. 3. 1 Jenis dan Sumber Data.....	26
III. 3. 2 Pengumpulan Data.....	26
III. 4 Teknik Analisis Data.....	28

III. 4. 1 Teknik Analisis Data Deskriptif	28
III. 4.2 Teknik Analisis Data Inferensial	30
III. 4. 3 Uji Hipotesis	33
III. 4. 4 Kerangka Model Penelitian	36
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian	37
IV. 1. 1 Profil Toyota	37
IV. 2 Deskripsi Data Penelitian	39
IV2. 1 Deskripsi Responden.....	40
IV3. Analisis Hasil dan Uji Hipotesis.....	43
IV. 3. 1 Analisis Data Deskriptif.....	43
IV. 3. 1 Analisis Inferensial.....	47
IV. 3. 2 Uji R Square (Koefisien Determinasi)	52
IV. 3. 3 Uji Q Square	53
IV. 3. 4 Uji Hipotesis (Resampling Bootstarpping).....	54
IV. 4 Pembahasan	55
IV. 4. 1 Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Customer Loyalty	55
IV.4.2 Pengaruh Brand Image terhadap Customer Loyalty.....	56
IV. 5 Keterbatasan Penelitian	58
BAB V	59
SIMPULAN DAN SARAN	59
V. 1 Simpulan	59
V. 2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 10 Merek Mobil Terlaris (Januari-Mei1022)	2
Tabel 2. MatriksPenelitian Sebelumnya	20
Tabel 3. Pengukuran Variabel	25
Tabel 4. Skala Likert	27
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen	28
Tabel 6. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert	29
Tabel 7. Nilai Persentase Responden	43
Tabel 8. Analisis Indeks Variabel Customer loyalty	44
Tabel 9. Analisis Indeks Variabel Customer Relationship Management	45
Tabel 10. Analisis Indeks Variabel Brand Image	46
Tabel 11. Uji Validitas Konvergen Berdasarkan Outer Loading	49
Tabel 12. Average Variance Extracted (AVE)	51
Tabel 13. Composite Reliability	51
Tabel 14. Cronbach's alpha	52
Tabel 15. Nilai R Square	53
Tabel 16. Nilai Q Square	53
Tabel 17. Uji T Statistik	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Langkah-langkahPLS	2
Gambar 2. Kerangka Diagram Jalur	36
Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan usia	40
Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Gambar 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	42
Gambar 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	43
Gambar 7. Outer Model	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesione.....	2
Lampiran 2. Data Kuesioner 100 Responden.....	37
Lampiran 3. Hasil Deskripsi Data Responden	37
Lampiran 4. Hasil Data Deskripsi Penelitian	37
Lampiran 5. Hasil Analisis Inferensial	39
Lampiran 6. Bukti Sebar Kuesioner	40