

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Management*, Kualitas Pelayanan dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Manggala Jaya Gas” ini ditulis oleh Hafidz Syarifudin Baihaqi, NIM. 126405202157, jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan pembimbing Nadia Roosmalita Sari, S.Pd., M.Kom.

Pelanggan yang loyal merupakan salah satu faktor atas kelancaran suatu bisnis. Program manajemen pelanggan yang tersusun secara rapi bisa dijadikan salah satu teknik pemasaran yang efektif untuk menjaga stabilitas kegiatan bisnis. PT. Manggala Jaya Gas juga menerapkan program manajemen pelanggan dan memiliki pelanggan yang loyal. Dengan demikian PT. Manggala Jaya Gas tidak melakukan kegiatan promosi untuk menggait pelanggan baru namun dengan membangun sistem yang memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi bisnis, manajemen yang rapi dan terstruktur. Program ini dirasa paling sesuai dengan jenis bisnis ini, dan juga memudahkan dalam kegiatan manajemennya.

Adapun tujuan dari penelitian ini dirumuskan dalam rumusan masalah, yakni untuk mengetahui: (1) pengaruh CRM, kualitas pelayanan dan komunikasi secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Manggala Jaya Gas. (2) pengaruh CRM secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Manggala Jaya Gas. (3) pengaruh kualitas pelayanan secara parsial dengan loyalitas pelanggan pada PT. Manggala Jaya Gas. (4) pengaruh komunikasi secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Manggala Jaya Gas.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis asosiatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*, dengan jumlah 78 responden, dan menggunakan skala likert. Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan menyebar angket atau kuesioner. Teknik analisis data menggunakan aplikasi SPSS 26.0 dengan melakukan uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinieritas, heterokedastisitas, regresi linier berganda, uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) nilai dari uji F atau secara simultan variabel CRM, kualitas pelayanan dan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Manggala Jaya Gas. (2) Kemudian dari uji t atau secara parsial, menunjukkan variabel CRM berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Manggala Jaya Gas, (3) sedangkan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Manggala Jaya Gas, (4) variabel komunikasi juga tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Manggala Jaya Gas.

Kata kunci: Loyalitas, CRM, Pelayanan, Komunikasi

ABSTRACT

This thesis with the title "The Effect of Customer Relationship Management, Service Quality and Communication on Customer Loyalty at PT Manggala Jaya Gas" was written by Hafidz Syarifudin Baihaqi, NIM. 126405202157, majoring in Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung with the supervisor Nadia Roosmalita Sari, S.Pd., M.Kom.

Loyal customers are one of the factors for the smooth running of a business. A well-organized customer management program can be used as an effective marketing technique to maintain the stability of business activities. PT Manggala Jaya Gas also implements a customer management program and has loyal customers. Thus PT Manggala Jaya Gas does not carry out promotional activities to attract new customers but by building a system that makes it easy for customers to conduct business transactions, neat and structured management. This program is considered the most suitable for this type of business, and also facilitates management activities.

The objectives of this study are formulated in the formulation of the problem, namely to determine: (1) the effect of CRM, service quality and communication simultaneously on customer loyalty at PT Manggala Jaya Gas. (2) the effect of CRM partially on customer loyalty at PT. Manggala Jaya Gas. (3) the effect of service quality partially on customer loyalty at PT. Manggala Jaya Gas. (4) the effect of communication partially on customer loyalty at PT. Manggala Jaya Gas.

This research uses quantitative methods with associative types. Sampling using probability sampling technique, with a total of 78 respondents, and using a Likert scale. Data collection techniques by making observations and distributing questionnaires or questionnaires. The data analysis technique uses the SPSS 26.0 application by conducting validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, multiple linear regression, F test, t test, and determination coefficient test.

The results of this study indicate that (1) the value of the F test or simultaneously the CRM, service quality and communication variables have a positive and significant effect on customer loyalty at PT Manggala Jaya Gas. (2) Then from the t test or partially, it shows that the CRM variable has a significant effect on customer loyalty at PT. Manggala Jaya Gas, (3) while the service quality variable has no effect on customer loyalty at PT. Manggala Jaya Gas, (4) the communication variable also has no effect on customer loyalty at PT. Manggala Jaya Gas.

Keywords: *Loyalty, CRM, Service, Communication*