

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PT BUKIT ASAM KREATIF DENGAN KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



TESIS

**PEBRIANDI
MANAJEMEN PEMASARAN
24251011P**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN – S2
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2025**

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PT BUKIT ASAM KREATIF DENGAN KEPUASAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



**Tesis ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar**

MAGISTER MANAJEMEN

**PEBRIANDI
MANAJEMEN PEMASARAN
24251011P**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN – S2
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS BINA DARMA
PALEMBANG
2025**

Halaman Pengesahan Pembimbing Tesis

**Judul Tesis: PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PT BUKIT ASAM KREATIF DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

Oleh PEBRIANDI , NIM 24251011P, Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh
Pembimbing Program Studi Manajemen-S2 konsentrasi MANAJEMEN PEMASARAN,
Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 27 Agustus 2025 dan telah dinyatakan
LULUS.

Palembang, 27 Agustus 2025
Mengetahui,
Program Studi Manajemen- S2
Universitas Bina Darma
Ketua,



.....
Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

Pembimbing,

.....
Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

Halaman Pengesahan Penguji Tesis

Judul Tesis: **PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PT BUKIT ASAM KREATIF DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh PEBRIANDI , NIM 24251011P, Tesis ini telah disetujui dan disahkan oleh Tim Penguji Program Studi Manajemen – S2 konsentrasi MANAJEMEN PEMASARAN, Program Pascasarjana Universitas Bina Darma pada 27 Agustus 2025 dan telah dinyatakan LULUS.

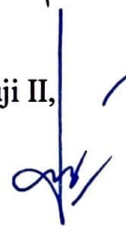
Palembang, 27 Agustus 2025
Mengetahui,
Program Pascasarjana
Universitas Bina Darma
Direktur,


PROGRAM PASCASARJANA
Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc.

Penguji I,


Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M.

Penguji II,


Dr. Trisnawati, S.E., M.M.

Penguji III,


Dr. Dewi Sartika, S.E., M.Si., Ak.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : PEBRIANDI

NIM : 242511011P

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis Saya (Tesis, Skripsi, Tugas Akhir) ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik (Magister, Sarjana, dan Ahli Madya) di Universitas Bina Darma;
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian Saya sendiri dengan arahan tim pembimbing;
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke dalam daftar pustaka;
4. Karena yakin dengan keaslian karya tulis ini, Saya menyatakan bersedia Tesis/Skripsi/Tugas Akhir, yang Saya hasilkan di unggah ke internet;
5. Surat Pernyataan ini Saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka Saya bersedia menerima sanksi dengan aturan yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 27 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan,



PEBRIANDI

NIM: 24251011P

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Customer Relationship Management (CRM) dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi pada PT Bukit Asam. Objek Penelitian ini dilakukan di PT Bukit Asam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen PT Bukit Asam yang berjumlah 163 orang, dengan teknik pengambilan sampel jenuh (sensus). Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM-PLS). Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Customer Relationship Management (CRM) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Selain itu, CRM terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya, kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas. Lebih lanjut, kepuasan konsumen tidak terbukti memediasi hubungan CRM terhadap loyalitas, namun terbukti memediasi secara parsial hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas, di mana kualitas pelayanan tidak hanya berpengaruh langsung terhadap loyalitas, tetapi juga memperkuat pengaruhnya melalui kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Customer Relationship Management (CRM), Kualitas Pelayanan
Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Customer Relationship Management (CRM) and service quality on customer loyalty, with customer satisfaction as a mediating variable at PT Bukit Asam. The research was conducted at PT Bukit Asam. This study used a quantitative approach with a survey method. The study population was all 163 customers of PT Bukit Asam, using a census sampling technique. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling (SEM-PLS) method. Based on the results, it can be concluded that Customer Relationship Management (CRM) has a positive but insignificant effect on customer loyalty, while service quality also has no significant effect on loyalty. Furthermore, CRM has no significant effect on customer satisfaction. Conversely, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and customer satisfaction has a positive and significant effect on loyalty. Furthermore, customer satisfaction has not been shown to mediate the relationship between CRM and loyalty, but it has been shown to partially mediate the relationship between service quality and loyalty, where service quality not only has a direct effect on loyalty but also strengthens its influence through customer satisfaction.

Keywords: *Customer Relationship Management (CRM), Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

" Fa Inna Ma'al 'Usri yusraa."

"Sesungguhnya Beserta Kesulitan itu ada Kemudahan"

(QS. Al-Insyirah : 05)

KUPERSEMBAHKAN KEPADA

1. Almarhum kedua orang tuaku, semoga amalnya tetap mengalir untuk beliau
2. Istriku (Aprilna Amaliah), Anak-anakku tercinta
3. Para dosen yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan di Bina Darma
4. Kawan dan Teman seperjuangan selama kuliah di Universitas Bina Darma.
5. Almamater ku tercinta.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis diberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan penulisan tesis ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman. Berkat rahmat dan pertolongan-Nya pula, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PT BUKIT ASAM KREATIF DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI”**. Penulisan tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Magister Manajemen (S2). Tesis ini penulis persembahkan dengan penuh rasa hormat dan cinta kepada:

1. Prof. Edi Surya Negara. M.Kom, Selaku Plt. Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Prof. Dr. Ir. Achmad Syarifudin, M.Sc, PU-SDA, Selaku Direktur Pascasarjana Universitas Bina Darma Palembang
3. Dr. Sulaiman Helmi. SE.,MM.,CMA, Selaku Ketua Program Studi Manajemen S2 dan selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan dan petunjuk dalam penyelesaian penulisan tesis ini.
4. Seluruh Bapak Ibu Dosen Universitas Bina Darma Palembang.

5. Terima kasih teman-teman seperjuangan dan terutama untuk penyemangatkan yang selalu memberikan semangat dan membantu saya hingga selesai.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan dari tesis ini, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga menjadikan penelitian ini lebih bermutu dan semoga bantuan yang telah diberikan kepada penulis memperoleh ridho Allah Subhanahu wa Ta'ala.

Palembang, Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
COVER DEPAN.....	
COVER DALAM.....	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	
SURAT PERNYATAAN.....	
ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
MOTTO DAN HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Ruang Lingkup.....	7
1.6 Susunan dan Struktur Tesis.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Customer Relationship Management.....	10
2.1.1.1 Indikator Customer Relationship Management.....	13
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.2.1 Indikator Kualitas Pelayanan.....	14
2.1.3 Loyalitas Konsumen	16
2.1.3.1 Indikator Loyalitas Konsumen	17
2.1.4 Kepuasan Konsumen	17
2.1.4.1 Indikator Kepuasan Konsumen	18

2.2 Studi Terdahulu	19
2.3 Kerangka Berfikir.....	21
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.4.1 Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Konsumen	22
2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	23
2.4.3 Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Konsumen	24
2.4.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	25
2.4.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	25
2.4.6 Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen	26
2.4.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	27
3.2 Operasional Variabel	27
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.3.1 Jenis Data	29
3.3.2 Sumber Data	29
3.4 Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1 Populasi	29
3.4.2 Sampel.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6 Teknik Analisis	30
3.6.1 Analisis Partial Least Square.....	31
3.6.2 Model Pengukuran atau Outer Model.....	32
3.6.3 Evaluasi Inner Model (Struktur Model).....	33
3.6.4 Pengujian Hipotesis	34
3.7 Pengukuran Variabel	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian	37
4.1.1 Sejarah PT. Bukit Asam Tbk.....	37
4.1.2 Visi dan Misi	38
4.2 Analisis Deskriptif.....	39
4.2.1 Deskriptif Responden Penelitian	39
4.2.2 Karakteristik Deskriptif Responden	39
4.2.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	42

4.3 Evaluasi Model.....	50
4.3.1 Outer Model	50
4.3.2 Inner Model	56
4.3.3 Pengujian Hipotesis	62
4.4 Pembahasan.....	67
4.4.1 H1 : Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Konsumen	67
4.4.2 H2 : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen...	69
4.4.3 H3 : Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Kepuasan Konsumen	70
4.4.4 H4 : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen .	72
4.4.5 H5 : Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	73
4.4.6 H6 : Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen	74
4.4.7 H7 : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen	75
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

LEMBAR PERBAIKAN TESIS

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Operasional Penelitian	27
Tabel 3.2 Ringkasan Rule OF thumb Evaluasi Model Pengukuran-Refleksif	32
Tabel 3.3 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural	34
Tabel 3.4 Skala Likert.....	36
Tabel 4.1 Rekapitulasi Variabel Customer relationship management.....	43
Tabel 4.2 Rekapitulasi Variabel Kualitas Pelayanan.....	44
Tabel 4.3 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Pelanggan	46
Tabel 4.4 Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen	48
Tabel 4.5 Nilai Loading Factor (Validitas Konvergen) untuk Setiap Konstruk	51
Tabel 4.6 Hasil Validitas Diskriminan (HTMT)	53
Tabel 4.7 Hasil Reliabilitas dan AVE.....	54
Tabel 4.8 Hasil R-Square	57
Tabel 4.9 Hasil f^2 (Effect Size).....	58
Tabel 4.10 Hasil Model Prediktif	60
Tabel 4.11 Hasil Pengaruh Langsung	62
Tabel 4.12 Efek Mediasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelami.....	39
Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Umur.....	40
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
Gambar 4.4 Model Outer Model.....	50

