



**ANALISIS PENGARUH COUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA BANK BRI SYARIAH KCP 16 ILIR PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**ALMUBAROKTHA HUSSEN  
151410424**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS BINA DARMA  
PALEMBANG  
2019**



**ANALISIS PENGARUH COUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BANK BRI SYARIAH KCP 16 ILIR  
PALEMBANG**

**ALMUBAROKTHA HUSSEN**

**151410424**

Skripsi ini diajukan sebagai syarat memperoleh gelar  
Sarjana Komputer

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS BINA DARMA  
PALEMBANG  
2019**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA BANK BRI SYARIAH KCP 16 ILIR PALEMBANG**

**Almubaroktha Hussien  
151410424**

Telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi

Palembang, 27 Setember 2019  
Program Studi Sistem Informasi  
Fakultas Ilmu Komputer  
Universitas Bina Darma  
Dekan,

**Pembimbing**



**Rahayu Amalia, M.Kom.**




**Dedy Syamsuar, S.kom., M.I.T., Ph.D**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul "**Analisis Pengaruh *Costomer Relationship Management (CRM)* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bank Bri Syariah Kcp 16 Ilir Paembang**" Oleh "**Almubarooktha Hussien**", telah dipertahankan di depan komisi penguji pada hari **Jumat tanggal 27 September 2019**.

### Komisi Penguji

1. Ketua : **Rahayu Amalia, M.kom**

(  
.....)

2. Anggota : **Afriyudi, M.Kom**

(  
.....)

3. Anggota : **Irman Effendy, M.Kom**

(  
.....)

Mengetahui,  
Palembang, 27 September 2019  
Program Studi Sistem Informasi  
Fakultas Ilmu Komputer  
Universitas Bina Darma  
Ketua,



**Dr. Edi Surya Negara, M.Kom.**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Almubaroktha Husen  
NIM : 151410424

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana) di Universitas Bina Darma atau di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan dari tim pembimbing.
3. 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 rujukan.
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan di cek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta diunggah ke internet, sehingga dapat diakses *public* secara *daring*.
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Palembang, 27 September 2019



ALMUBAROKTHA HUSEN  
NIM : 151410424

## ABSTRAK

Bank Bri Syariah Kcp 16 ilir Palembang adalah Bank yang mempunyai tujuan, yaitu salah satunya adalah mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkeeseimbangan dengan cara, memastikan dapat memberikan pelayanan nasabah, dan dapat memberikan nilai lebih dari sekedar kepuasan pelanggan. Sehingga kualitas pelayanan merupakan andalan Bank Bri Syariah kcp 16 ilir Palembang dapat memenangkan hati pelanggan ditengah kompetensi berbagai produk perbankan saat ini. Hal ini jugamempengaruhi sikap dan perilaku konsumen. Dengan komunikasi yang efektifmaka Bank mampu membina hubungan pelanggan yang lebih dikenal denganCustomer Relationship Management (CRM) yang merupakan salah satu kegiatanyang penting dilakukan oleh Bank karena menyangkut masa depan jalannyasebuah perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Customer Relationship Management*(CRM) metode ini digunakan untuk strategi pemasaran pada Bank Bri Syariah Kcp 16 ilir Palembang yang akan dilakukan untuk menghitung tingkat Pengaruh Bank Bri Syariah Kcp16 ilir Palembang terhadap Loyalitas Pelanggan, yang di hitung dari jumlah populasi dalam 1 tahun, di tahun 2018. Oleh karena itu, metode *Customer Relationship Management*(CRM) digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh loyalitas nasabah di bank Bri Syariah Kcp 16ilir Palembang , metode *Customer Relationship Management* (CRM) ini digunakan untuk strategi pemasaran yang melibatkan seluruh sumber daya untuk menjalin, mengelolah dan mempertahankan hubungan dengan nasabah yang ada, untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabah.

**Kata Kunci** :*Customer Relationship Management*(CRM), Bank BRI, Loyalitas nasabah, strategi pemasaran.

## **ABSTRACT**

Bank Bri Syariah Kcp 16 ilir Palembang is a bank that has a goal, namely one of which is to realize growth and profit in a balanced manner, ensuring it can provide customer service, and can provide more value than just customer satisfaction. So that the quality of service is a mainstay of Bank Bri Syariah kcp 16 ilir Palembang can win the hearts of customers amid the competence of various banking products today. This also affects consumer attitudes and behavior. With effective communication, the Bank is able to foster customer relationships better known as Customer Relationship Management (CRM), which is one of the important activities undertaken by the Bank because it involves the future of the course of a company.

The research method used in this research is Customer Relationship Management (CRM). This method is used for marketing strategies at Bank Bri Syariah Kcp 16 ilir Palembang which will be carried out to calculate the level of influence of Bank Palembang Bri Syariah Kcp16 ilir on Customer Loyalty, which is calculated from the total population in 1 year, in 2018. Therefore, the Customer Relationship Management (CRM) method is used to determine the level of influence of customer loyalty at Bri Syariah Kcp 16ilirPalembang bank, this Customer Relationship Management (CRM) method is used for marketing strategies involving all sources the power to establish, manage and maintain relationships with existing customers, to find out the wants and needs of customers.

**Keywords:** Customer Relationship Management (CRM), Bank BRI, customer loyalty, marketing strategies.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT karena dengan rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH COUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BANK BRI SYARIAH KCP 16 ILIR PALEMBANG”** untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana Komputer di Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Darma. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak terdapat kekekurangan, hal ini dikarenakan terbatasnya pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca sehingga dapat dijadikan bahan masukan bagi penulis untuk kesempurnaan skripsi ini.

Pada kesempatan yang baik ini, tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, nasehat, dorongan, saran dalam penyelesaian skripsi ini, terutama kepada :

1. Ibu Dr. Sunda Ariana, M.Pd., selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Bapak Dedy Syamsuar, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Darma Palembang.
3. Bapak Dr. Edi Surya Negara, M.kom., selaku Ketua Program studi Sistem Informasi.
4. Ibu Rahayu Amalia, M.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Darius Antoni, S.kom., M.M., Ph.D. dan Ibu Irman Effendy, M.kom., selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, masukan, kritik dan saran kepada penulis untuk kesempurnaan skripsi.



6. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan dan doanya serta bantuan baik moril maupun materil.
7. Kepada teman special penulis yang selalu memberikan dukungan serta support Wulan Purnama Sari, dan seluruh rekan-rekan mahasiswa mahasiswi di Universitas Bina Darma Palembang.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan Skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dan skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua yang membacanya, aamiin.

Pelembang, 12 Juni 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>Cover Luar .....</b>	<b>i</b>
<b>Cover Sampul.....</b>	<b>ii</b>
<b>Halaman Pengesahan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Persetujuan.....</b>	<b>iv</b>
<b>Halaman Pernyataan .....</b>	<b>v</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>vii</b>
<b>Abstrack.....</b>	
<b>viii</b>	
<b>Kata Pengantar.....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>xi</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>xii</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	
<b>xiii</b>	
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Batasan Masalah .....	2
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	3
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	3
1.4.2 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Populasi dan Sampel.....	4
1.6 Metodologi Penelitian .....	5
1.6.1 Waktu dan Tempat .....	5
1.6.2 Alat dan Bahan.....	6
1.6.3 Metode Penelitian .....	6
1.7 Metode Pengumpulan Data .....	7
1.7.1 Teknik Analisis Data.....	8

<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Analisis .....	9
2.1.2 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	9
2.1.3 Tujuan dan manfaat <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> ..	10
2.1.2 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> .....	11
2.1.2 Tahapan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	11
2.1.2 Faktor–faktor yang mempengaruhi Coustumer Relationship Management (CRM) .....	12
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan).....	13
2.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan).....	13
2.3 <i>Coustomer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan) .....	14
2.3.1 Tahapan-tahapan <i>Coustomer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan).....	14
2.3.2 Faktor-faktor mempengaruhi <i>Coustomer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan).....	16
2.4 SPSS ( <i>Statistical Pacckage For The Social Sciences</i> ).....	16
2.5 Penelitian Sebelumnya.....	18
2.5.1 Deti maylina dam ade sofyan.....	18
2.5.2 M.Nur Rianto Al Arif dan Titin Nurasih .....	18
2.6 Hipotesis.....	19
2.7 Kerangka pemikiran .....	18
2.8 Hubungan Antar Variabel .....	20
2.8.1 Hubungan antara <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> dan Loyalitas Pelanggan .....	20
2.8.2 Hubungan antara <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan) dan Loyalitas Pelanggan .....	20

2.8.2 Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM), Service Quality (Kualitas Pelayanan), dan Loyalitas Pelanggan.....	21
--	----

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
3.1 Sejarah PT. Bank BRI Syariah.....	22
3.2 Visi dan Misi PT. Bank BRI Syariah.....	23
3.2.1 Visi.....	22
3.2.2 Misi.....	23
3.2.3 Struktur Organisasi PT Bank Bri Syariah Kcp 16 ilir Palembang....	24
3.2.4 Tugas dari setiap bagian struktur organisasi bank bri syariah kcp 16 palembang.....	25
3.3 Objek Penelitian.....	27
3.2.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	27
3.2.2 Alat dan Bahan.....	27
3.2.2.1 Alat.....	27
3.2.2,2 Bahan.....	28
3.4 Populasi dan Sampel.....	28
3.5 Skala Likert.....	30
3.6 Variabel penelitian.....	31
3.7 Alat Ukur.....	32
3.8 Metode Analisis Data.....	32
3.8.1 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.8.2 Pengujian Kualitas Data.....	33
3.8.3 Uji Validitas.....	33
3.8.4 Uji Reliabilitas.....	34
3.9 Uji Normalitas.....	34
3.10 Uji Hipotesis.....	35
3.8 Uji F.....	35

3.8 Uji T .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	38
4.2 Profil Responden .....	38
4.2.1 Jenis Kelamin .....	39
4.2.2 Usia Responden .....	39
4.2.3 Pekerjaan Nasabah Bri Syariah Kcp 16 Ilir Palembang .....	39
4.3 Hasil Analisis Data .....	41
4.3.1 Deskriptif Jawaban Responden .....	41
4.4 Uji Validitas .....	44
4.4.1 Uji Validitas X1 <i>Coustomer Relationship Management</i> .....	
(CRM) .....	44
4.4.2 Uji validitas X2 <i>Service Quality</i> (kualitas Layanan) .....	47
4.4.3 Uji Validitas Y <i>Costomer Loyality</i> (Loyalitas Pelanggan) .....	49
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	51
4.5.1 Uji Normalitas .....	51
4.6 Hasil pengujian Hipotesis .....	51
4.6.1 Uji t (secara berganda) .....	52
4.6.2 Uji F .....	53
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	19
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank BRI Syariah KCP 16 Ilir Palembang .....	24

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1Skor Penilaian .....	30
Tabel3.2OperasionalVariabel-Variabel Penelitian.....	31
Tabel3.3Interprementasi Nilai a ( <i>Alpha</i> ) Terhadap Reliabilitas .....	34
Tabel4.1 Jenis Kelamin.....	39
Tabel4.2 Usia Responden .....	39
Tabel 4.3 jenis pekerjaan nasabah .....	41
Tabel 4.3.1 Hasil Uji Jawaban Responden X1 .....	42
Tabel 4.3.2 Hasil Uji Jawaban Responden X2 .....	42
Tabel 4.3.3Hasil Uji Jawaban Responden Y.....	43
Tabel 4.4.1.1Uji Validitas X1 Coustomer Relationship Management (CRM) .....	44
Tabel 4.4.1.2 Uji Realibitas X1 .....	46
Tabel 4.4.2.1Uji validitas X2.....	47
Tabel 4.43.1 Uji Relaabilitas X2 .....	49
Tabel 4.2.3.1Uji validitas Y Costomer Loyality (Loyalitas Pelanggan .....	49
Tabel 4.2.3.2 Uji Reliabilitas Y .....	50
Tabel 4.5.1 Hasil Uji Normalitas .....	51
Tabel 4.6.1.1 Hasil Uji t .....	52
Tabel 4.6.2.1 Hasil Uji F Hipotesis .....	53
Tabel 4.6.2.2 Koefisien Determinasi (R).....	53

