



No. Alumni Universitas

MUHAMMAD IQBAL

No. Alumni Fakultas

BIODATA

a) Tempat/Tanggal Lahir: Padang/8 Mei 1984 b) Nama Orang Tua: Asroel Maaroeff dan Asni c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 0910525204 f) Tanggal Lulus: 23 Januari 2014 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 2,96 i) Lama Studi : 4 tahun 6 bulan j) Alamat Orang Tua: Komplek Pondok Permai Jl. Rajawali III Blok T No. 3 Kel. Limau Manis Selatan Kec. Pauh - Padang.

Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Astra credit Companies (ACC) Cabang Padang

Skripsi S1 oleh : Muhammad Iqbal

Pembimbing : Dra. Yanti, MM

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menguji Pengaruh Customer Relationship Management (Manusia, Proses dan Teknologi) terhadap Loyalitas Pelanggan di PT. Astra Credit Companies (ACC) Cabang Padang. Objek penelitian ini adalah pelanggan di PT. Astra Credit Companies (ACC) Cabang Padang. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh pelanggan di PT. Astra Credit Companies (ACC) Cabang Padang. Teknik sampling yang digunakan adalah *non Probability Sampling*, dengan memakai metode *purposive sampling*. Jumlah sampel diperoleh sebanyak 100 orang responden dari populasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif yang menggambarkan karakteristik masing-masing variabel penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan masing-masing variabel yang digunakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT. Astra Credit Companies (ACC) Cabang Padang. Variabel CRM manusia memiliki t hitung sebesar 3.361 (bertanda signifikan) terhadap loyalitas pelanggan atau > t tabel 1,985, proses yang memiliki t hitung sebesar 2.098 (bertanda signifikan) terhadap loyalitas pelanggan atau > t tabel 1,985 dan teknologi memiliki t hitung sebesar 2.609 (bertanda signifikan) terhadap loyalitas pelanggan atau > t tabel 1,985. Dari hasil R Square diperoleh loyalitas pelanggan sebesar 0,522 yang berarti bahwa 52,2% loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh factor CRM dari variabel manusia, proses dan teknologi dan 47,2% dapat dipengaruhi oleh variabel – variabel lain.

Kata kunci: CRM (Manusia, Proses, dan Teknologi) dan Loyalitas Pelanggan.

Skripsi ini dipertahankan di depan sidang pengujian dan dinyatakan lulus pada tanggal 23 Januari 2014.

Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

TandaTangan			
NamaTerang	Dra. Yanti, MM	Dian Rani Yolanda, SE, MM	DR. Yuliharsi, SE, MBA

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen :

Dr. Vera Pujani, SE, MM.Tech

NIP.19661115 200003 2 01

Tandatangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus:

	Petugas Fakultas/Universitas
No. Alumni Fakultas:	NamaTandaTangan
No. Alumni Universitas	NamaTandaTangan