

**PENGARUH PENERAPAN SISTEM *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*
(CRM), KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WIFI ICONNET
PT. ICON PLUS NTT**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH

ANGELANA MARIA BIFEL

32120026

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2024**

LEMBARAN PENGESAHAN

PENGARUH PENERAPAN SISTEM *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM), KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WIFI ICONNET PT. ICON PLUS NTT

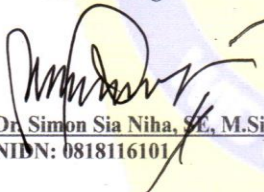
Yang diajukan oleh :

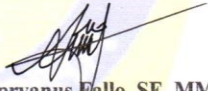
Nama : Angela Ana Maria Bifel
NIM : 32120026
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Skripsi ini telah disetujui dan diterima oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
NIDN: 0818116101


Apryanus Fallo, SE, MM
NIDN: 1505049301

Kupang 2024

Ketua Program Studi Manajemen



Hedwigh H.T. Lejap, SE, MM
NIDN : 1516109301

LEMBARAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Sabtu, 15 Juni 2024
Jam : 11.00 – 13.00
Tempat : *Confrence Room*
Atas Nama : Angela Ana Maria Bifel
Nomor Registrasi : 32120026
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

- | | | |
|---------------|--------------------------------|---------|
| 1 Ketua | : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si | (.....) |
| 2 Sekretaris | : Apryanus Fallo, SE, MM | (.....) |
| 3 Penguji I | : Maria A. L. Amaral, SE., MM | (.....) |
| 4 Penguji II | : Selfiana Goetha, SE, MM | (.....) |
| 5 Penguji III | : Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si | (.....) |

MENGETAHUI


Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Dr. M. E. Perseveranda, SE, M.Si
NIDN : 0818066703


Ketua
Program Studi Manajemen

Hedwigh H.T. Leiap, SE, MM
NIDN : 1516109301

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Mahasiswa : Angela Ana Maria Bifel
No Registrasi : 32120026
Fakultas/Program Studi : Ekonomika dan Bisnis/ Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH PENERAPAN SISTEM *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM), KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WIFI ICONNET PT. ICON PLUS NTT

Adalah benar – benar karya saya sendiri dan apabila dikemudian hari ditemukan unsur-unsur plagiarisme, maka saya bersedia diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.



Kupang, Juli 2024

Angela Ana Maria Bifel

**MOTTO DAN PERSEMBAHAN
MOTTO**

***“TEMUKAN KEINDAHAN DALAM KETENTRAMAN, DAN KEKUATAN
DALAM KEHANGATAN”***

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

Orang tua tercinta Bapak Alexander Bifel yang dengan bersusah payah membiayai studi dan yang tidak pernah lelah mendoakan segala yang terbaik. Kepada saudara-saudari yang terkasih, kaka aris, kaka ani, kaka leri yang selalu mendukung dan memotivasi untuk tetap semangat.

Kupang, Juli 2024

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul “ Pengaruh Penarapan *Sistem Customer Relationship Management (CRM)*, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Wifi Iconnet PT. Icon Plus NTT” dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. M. E Perseveranda, SE, MSi selaku Dekan, Br, Salomon Leki SE, M.Ec.Dev dan Ibu Rere Paulina Bibiana, SE, M.Si. selaku Wakil Dekan I dan II, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

3. Bapak Hedwigh H.T. Lejap, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I, Ketua Panitia Ujian Skripsi dan Penguji III serta Bapak Apryanus Fallo, SE,MM selaku dosen Pembimbing II dan Sekretaris Panitia Ujian yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Maria Augustin Lopes Amaral, SE., MM selaku Penguji I dan Ibu Selfiana Goetha, SE, MM, selaku Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
6. Seluruh Dosen pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
7. Ibu Angelina Penun, SH selaku Kepala Tata Usaha dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.
8. Perusahaan PT. Icon Plus NTT yang telah bersedia menerima dan membantu saya untuk melakukan penelitian terkait dengan judul penulisan.
9. Bapak Alexander Bifel dan Ibu Agatha Bhoki sebagai orang tua kandung yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan selalu mendoakan untuk keberhasilan.

10. Saudara-saudari saya Kaka Aris Bifel, Kaka Elda Hitong, Kaka Leri Bifel, Kaka Ani Bifel yang telah memberikan dukungan dan doa untuk meraih gelar Sarjana Manajemen ini.
11. Kaka Valen Anin dan juga sepupu saya Adel Kono yang telah memberikan dukungan dan semangat yang membangun untuk meraih gelar Sarjana Manajemen ini.
12. Sahabat-sahabat saya Viany, Angel Dopo, Ria Dhae dan Fony yang telah menemani dan memberikan suport selama penulisan skripsi ini.
13. Teman-teman seperjuangan Veny, Erni, Nur yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan juga memberikan dukungan selama kuliah dan penulisan skripsi ini.
14. Teman-teman Mahasiswa/i seperjuangan Angkatan 2020 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama kuliah dan penulisan skripsi ini.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberkati kita semua.

Kupang, Juli 2024

Penulis

ABSTRAK

Angela Ana Maria Bifel (32120026), dengan judul “Pengaruh Penerapan Sistem *Customer Relationship Management*, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Wifi Iconnet PT. Icon Plus NTT”. Di bawah bimbingan Bapak Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Apryanus Fallo, SE, MM selaku pembimbing II. PT. Icon Plus NTT merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. PLN Persero yang bergerak di bidang pelayanan *Internet Service Provider* (ISP). Perkembangan data pelanggan pada PT. Icon Plus NTT selama 3 tahun (2021-2023) mengalami fluktuasi.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Penerapan Sistem *Customer Relationship Management* (CRM), Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Wifi Iconnet PT. Icon Plus NTT.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Wifi Iconnet PT. Icon Plus NTT yang masih bertahan pada tahun terakhir (2023) yaitu 1.067 pelanggan. Sampel dalam penelitian ini yaitu 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *Google Form* dan dokumen yang dibagikan langsung ke pelanggan dengan mengunjungi langsung ke rumah-rumah. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial.

Hasil analisis deskriptif menggambarkan persepsi responden terhadap variabel *Customer Relationship Management* (CRM) sebesar 85,3 % (Sangat Baik), Variabel Kualitas Pelayanan 86,48% (Sangat Baik), Variabel Kualitas Produk 85,25% (Sangat Baik), variabel Loyalitas Pelanggan 85,2% (Sangat Baik) dan variabel Kepuasan pelanggan 85,0% (Sangat Baik), semua variabel termasuk dalam kategori sangat baik. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan *Customer Relationship Management* (CRM) tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Hal ini ditunjukkan dari nilai *t-statistic* sebesar $1,144 < t_{tabel}$ lebih kecil dari 1,96. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Hal ini ditunjukkan dari nilai *t-statistic* sebesar $0,110 < t_{tabel}$ lebih kecil dari 1,96. Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Hal ini ditunjukkan dari nilai *t-statistic* sebesar $5,973 >$ lebih besar dari 1,96. *Customer Relationship Management* (CRM) secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Hal ini ditunjukkan dari nilai *t-statistic* sebesar $2,046 > t_{tabel}$ sebesar 1,96. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini ditunjukkan melalui nilai *t-statistik* sebesar $1,581 <$ lebih kecil dari t_{tabel} 1,96. Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini ditunjukkan melalui nilai *t-statistik* sebesar $1,078 < t_{tabel}$ sebesar 1,96. Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Hal ini ditunjukkan dari nilai *t-statistic* sebesar $2,515 > t_{tabel}$ sebesar 1,96.

Kata kunci: *Customer Relationship Management* (CRM); Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Kepuasan Pelanggan; Loyalitas Pelanggan

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBARAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBARAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Manajemen Pemasaran.....	15
B. Perilaku Konsumen	25
C. Loyalitas Pelanggan	29
D. Kepuasan pelanggan	31
E. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	34

F. Kualitas Pelayanan	37
G. Kualitas Produk	40
H. Peneliitian Terdahulu.....	46
I. Kerangka Berpikir	47
J. Hipotesis Penelitian.....	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	50
B. Populasi dan Sampel	50
C. Jenis Data	52
D. Teknik Pengumpulan Data	53
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran.....	53
F. Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
A. Karakteristik Responden	62
B. Teknik Analisis Data	65
C. Pembahasan Hasil Penelitian	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pelanggan Penggunaan Wifi Iconnet Kupang Selama 2021-2023	8
Tabel 3.1 Variabel Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat pendapatan.....	65
Tabel 4.5 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	66
Tabel 4.6 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	66
Tabel 4.7 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) (X1).....	67
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	68
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Rata-Rata Persepsi Responden Tentang Variabel Kualitas Produk (X3)	68
Tabel 4.10 Output <i>Outer loadings (Measurement Modal)</i>	71
Tabel 4.11 <i>Discriminant Validity Cross Loadings</i>	72
Tabel 4.12 Nilai <i>Avarage Variance Extracted (AVE)</i>	73
Tabel 4.13 Nilai <i>Composite Reability</i>	74
Tabel 4.14 Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	74
Tabel 4.15 Nilai Path Coefficient.....	75
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan <i>R-Square</i>	76

Tabel 4.17 Pengaruh Langsung Antara Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (CRM), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan.....	78
Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Specific Indirect Effect.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Diagram Jalur	58
Gambar 4.1 Analisis Jalur PLS Untuk Melihat Outer Model I (<i>Convergen Validity</i>). 70	
Gambar 4.2 Diagram Path Pengaruh Antara <i>Customer Relationship Management</i> (CRM), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisisioner	105
Lampiran II Jawaban Responden	110
Lampiran III Analisis Statistik Inferensial	123
Lampiran IV Dokumentasi.....	127