



STRATEGI PEMASARAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN UD MUTIARA TANI

CYNDI SARASWATY NAPITUPULU



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2022**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran *Customer Relationship Management* (CRM) untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan UD Mutiara Tani” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Desember 2022

Cyndi Saraswaty Napitupulu
K14180021

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

CYNDI SARASWATY NAPITUPULU. Strategi Pemasaran *Customer Relationship Management* (CRM) untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan UD Mutiara Tani. Dibimbing oleh RADEN DIKKY INDRAWAN dan FUAD WAHDAN MUHIBUDDIN.

UD Mutiara Tani berada di Kota Padangsidimpuan. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, UD Mutiara Tani memerlukan strategi untuk mempertahankan usahanya yaitu dengan menerapkan strategi CRM untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan loyalitas pelanggan yang telah dibangun oleh UD Mutiara Tani, mengidentifikasi pengaruh strategi CRM terhadap loyalitas pelanggan, dan merumuskan strategi pemasaran bagi UD Mutiara Tani dengan pendekatan CRM. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, dan metode *Analytical Hierarchy Process*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara faktor-faktor CRM terhadap faktor-faktor loyalitas pelanggan UD Mutiara Tani sehingga UD Mutiara Tani dapat mengimplementasikan strategi CRM berikut untuk meningkatkan loyalitas pelanggan: (1) melakukan *customer profiling* untuk mendapatkan *database* pelanggan, (2) berkolaborasi dengan dinas pertanian daerah atau kelompok tani setempat, (3) meningkatkan kinerja dan kualitas pelayanan, (4) membuat program “ajak teman”, (5) memberikan *free gift* atau diskon produk dengan menetapkan minimal pembelanjaan dan (6) membuat program “*membership*”.

Kata kunci: *customer relationship management*, loyalitas pelanggan, strategi

ABSTRACT

CYNDI SARASWATY NAPITUPULU. Customer Relationship Management (CRM) Marketing Strategy to Increase Customer Loyalty at UD Mutiara Tani. Supervised by RADEN DIKKY INDRAWAN and FUAD WAHDAN MUHIBUDDIN.

UD Mutiara Tani is located in Padangsidimpuan City. UD Mutiara Tani needs a strategy to maintain its business by implementing a CRM strategy to increase customer loyalty and sales of product. This study aimed to describe customer loyalty that has been built by UD Mutiara Tani, to identify the effect of CRM strategy on customer loyalty and to formulate marketing strategies for UD Mutiara Tani with the CRM approach. This research used descriptive analysis, multiple linear regression, and Analytical Hierarchy Process. The result of this research shows that there is a relation between CRM factors and customer loyalty factors of UD Mutiara Tani therefor UD Mutiara Tani can implement the following CRM strategies to increase customer loyalty: (1) conducting customer profiling to obtain database of customer, (2) collaborating with the regional agricultural service or local farmer groups, (3) improving service performance and service quality, (4) make an "invite friends" program, (5) provide free gifts or product discounts by setting a minimum spending, and (6) make a "membership" program.

Keywords: customer loyalty, customer relationship management, strategy



© Hak Cipta milik IPB, tahun 20XX¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



STRATEGI PEMASARAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM) UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN UD MUTIARA TANI

CYNDI SARASWATY NAPITUPULU

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2022**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Ir. Retnaningsih, M.Si.**
- 2 Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Strategi Pemasaran *Customer Relationship Management* (CRM)
untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan UD Mutiara Tani

Nama : Cyndi Saraswaty Napitupulu

NIM : K14180021

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Raden Dicky Indrawan, S.P., M.M.



Pembimbing 2:
Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Raden Dicky Indrawan, S.P., M.M.
NIP 20190819741217001



Tanggal Ujian:
16 Desember 2022

Tanggal Lulus:
29 Desember



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Strategi Pemasaran *Customer Relationship Management* (CRM) untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan UD Mutiara Tani”.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini dapat terselesaikan atas bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Raden Dicky Indrawan, S.P., M.M. dan bapak Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan saran yang membangun untuk penulis dari tahap awal hingga akhir.
2. Ibu Ir. Retnaningsih, M.Si. dan Ibu Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik serta saran yang membangun untuk menyempurnakan tugas akhir.
3. Ibu Ani Nuraisyah, S.T.P., M.Si. selaku dosen Sekolah Bisnis IPB yang telah membantu memberikan bimbingan serta dukungan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.
4. Pihak UD Mutiara Tani, dan pihak lain yang telah membantu selama pengumpulan data.
5. Kedua orang tua (Bapak J.P. Napitupulu dan Ibu N. br Siregar) dan semua anggota keluarga penulis atas doa, dukungan, dan semangat yang telah diberikan bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Denyko, Sylvi, Elma, Ayu, Imelda, Angelia, Karina, Angel C, Lino, Hans, Zidan Aji, Nida, Nophya, Anisatul, Dinda, dan Kania yang selalu memberikan motivasi dan semangat, membantu memberikan masukan dan saran yang membangun untuk penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Segenap dosen Sekolah Bisnis IPB atas ilmu yang telah diberikan, staf Tenaga Kependidikan Sekolah Bisnis IPB, teman-teman Sekolah Bisnis IPB Angkatan 55, dan semua teman-teman penulis atas bantuan dan dukungannya.

Semoga segala bentuk bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penelitian ini. Maka dari itu, segala saran dan kritik yang membangun diharapkan dari para pembaca demi kesempurnaan penyusunan karya tulis di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Desember 2022

Cyndi Saraswaty Napitupulu

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Strategi Pemasaran	5
2.2 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	6
2.3 Loyalitas Pelanggan	8
2.4 Penelitian Terdahulu	9
2.5 Kerangka Pemikiran	10
III METODE PENELITIAN	12
3.1 Waktu dan Tempat	12
3.2 Pendekatan Penelitian	12
3.3 Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data	12
3.4 Metode Pengambilan Sampel	12
3.5 Metode Pengolahan Data	13
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Gambaran Umum UD Mutiara Tani	20
4.2 Karakteristik Responden Pelanggan UD Mutiara Tani	22
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	24
4.4 Perumusan Strategi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> dengan metode <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	31
4.5 Implikasi Manajerial	41
V KESIMPULAN DAN SARAN	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran	42
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	45
RIWAYAT HIDUP	76

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	Data penjualan UD Mutiara Tani tahun 2020 dan tahun 2021	21
2	Karakteristik responden UD Mutiara Tani	22
3	Hasil uji F	27
4	Hasil uji t	28
5	Hasil uji koefisien determinasi	30
6	Persentase prioritas elemen kriteria faktor-faktor CRM	32
7	Persentase prioritas elemen sub kriteria karakteristik loyalitas pelanggan	34
8	Persentase prioritas elemen alternatif strategi CRM untuk meningkatkan loyalitas pelanggan UD Mutiara Tani	35
9	Bobot dan prioritas elemen secara menyeluruh	38
10	Nilai Bobot dan Prioritas Alternatif	39

DAFTAR GAMBAR

1	Lapangan usaha di Kabupaten Tapanuli Selatan	1
2	Lapangan usaha di Kota Padangsidempuan	2
3	Grafik pendapatan UD Mutiara Tani per bulan	2
4	Kerangka pemikiran	11
5	Paradigma penelitian regresi linear berganda	17
6	Struktur hirarki strategi CRM UD Mutiara Tani	19
7	Kondisi usaha UD Mutiara Tani	20
8	Struktur hirarki perumusan strategi CRM untuk meningkatkan loyalitas pelanggan UD Mutiara Tani beserta bobot	32

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian kepada responden	46
2	Kuesioner AHP kepada responden ahli	50
3	Foto UD Mutiara Tani	57
4	Foto saat membagikan kuesioner kepada pelanggan UD Mutiara Tani	58
5	Hasil uji validitas dan reliabilitas	59
6	Hasil uji asumsi klasik	61
7	Hasil olah data regresi linear berganda	67
8	Matriks perbandingan berpasangan	71
9	Hasil pengolahan data dengan metode AHP	73

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.