

HALAMAN MOTTO

“Keberhasilan Dimulai Dari Keberanian Untuk Mencoba”
“Walt Disney”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur ke hadirat Allah Swt. atas terselesaikannya penulisan skripsi ini, penulis ingin mempersembahkan karya ini sebagai bentuk penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Untuk keluarga tercinta terima kasih atas dukungan dan bantuan kepada penulis sehingga dapat menempuh pendidikan di Universitas Putra Bangsa hingga saat berhasil menyelesaikannya.
2. Untuk diri penulis sendiri, terima kasih atas segala usaha dan keteguhan hati yang telah dijalani selama proses ini. Semoga tetap semangat dalam menghadapi masa depan, terus berdoa, dan jangan pernah menyerah.
3. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendukung dalam setiap kondisi, sejak awal penulis menempuh pendidikan di Universitas Putra Bangsa hingga saat berhasil menyelesaikannya.
4. Bapak Muhamad Baehaqi, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah membimbing dan meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Teman-teman dan rekan seperjuangan yang telah memberikan semangat, doa, serta kerja sama selama proses penulisan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *customer relationship management* (CRM) terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini dilakukan pada *membership* Alfamart di Kabupaten Kebumen. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner. Analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan koefisien determinasi. Teknik analisa yang digunakan menggunakan bantuan program analisis *SPSS Versi 26 for Windows*. Hasil yang diperoleh dalam penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *financial benefit*, *soial benefit* dan *structural ties* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu secara simultan *financial benefit*, *soial benefit* dan *structural ties* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *financial benefit*, *soial benefit*, *structural ties* dan loyalitas pelanggan



ABSTRACT

This study aims to examine the effect of customer relationship management (CRM) on customer loyalty. This study was conducted at Alfamart membership in Kebumen Regency. Data collection was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents. The data collection technique was by distributing questionnaires. The analysis used was validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, and coefficient of determination. The analysis technique used was the SPSS Version 26 for Windows analysis program. The results obtained in the study indicate that partially financial benefits, social benefits, and structural ties have a significant effect on customer loyalty. In addition, simultaneously financial benefits, social benefits, and structural ties have a significant effect on customer loyalty.

Keywords: *financial benefits, social benefits, structural ties and customer loyalty*



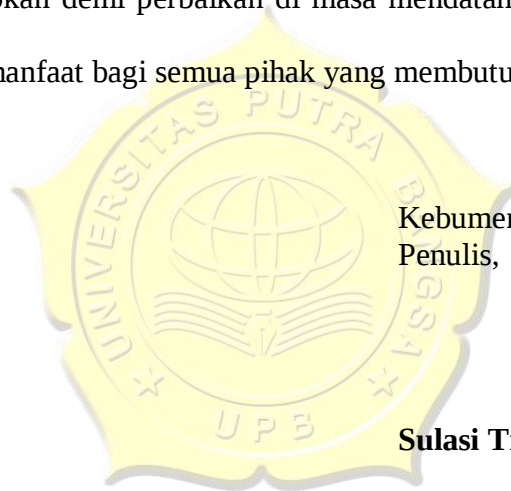
KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM) Terhadap Loyalitas Pengguna *Membership* Alfamart Di Kabupaten Kebumen” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini menjadi salah satu tolak ukur dalam mengaplikasikan ilmu yang telah penulis peroleh selama masa perkuliahan ke dalam praktik nyata, khususnya dalam kegiatan penelitian ilmiah. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini terdapat berbagai tantangan dan hambatan. Namun, berkat bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.

1. Bapak Muhamad Baehaqi, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah membimbing serta meluangkan waktu dan pikirannya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa mendoakan, membimbing, memotivasi, serta berjuang sepenuh hati demi pendidikan dan masa depan anak-anaknya agar kelak menjadi pribadi yang berilmu dan berakhlak mulia.
3. Seluruh dosen dan segenap civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan pengalaman yang berharga selama masa studi.

4. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan data yang sangat penting dalam kelangsungan penelitian ini.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, tetapi telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bentuk bantuan dan kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang setimpal dari Allah Swt. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.



Kebumen, 20 April 2026
Penulis,

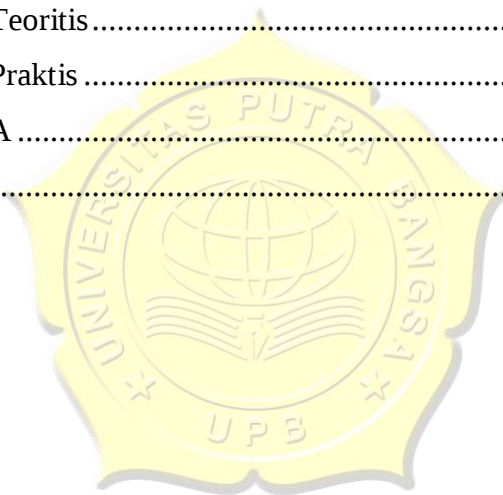
Sulasi Tri Wahyuningsih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1. Loyalitas Pelanggan	14
2.1.2. <i>Customer Relationship Managament (CRM)</i>	20
2.1.3. <i>Financial Benefit</i>	21
2.1.4. <i>Social Benefit</i>	23
2.1.5. <i>Structural Ties</i>	24
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Hubungan antar variabel	27
2.4. Model Empiris	29
2.5. Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31

3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	31
3.1.1. Objek Penelitian.....	31
3.1.2. Subjek Penelitian	31
3.2. Variabel Penelitian.....	32
3.2.1. Variabel Bebas.....	32
3.2.2. Variabel Terikat	32
3.3. Definisi Operasional Variabel	32
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpul Data	34
3.5. Data Penelitian.....	35
3.5.1. Jenis Data	35
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data	35
3.6. Populasi dan Sampel	36
3.7. Teknik Analisis	38
3.7.1. Analisis Deskriptif	38
3.7.2. Analisis Statistika	39
3.8. Alat Analisis	39
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Gambaran Umum PT. Alfaria Trijaya Tbk	49
4.2. Analisis Deskriptif	50
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	52
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi <i>Membership</i>	53
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Satu Bulan.....	54
4.3. Analisis Statistik	55
4.3.1. Uji Validitas.....	55
4.3.2. Uji Reliabilitas	58
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	59
4.4.1. Uji Normalitas	59
4.4.2. Uji Multikolinearitas	60

4.4.3. Uji Heterokedastisitas	61
4.5. Uji Analisis Linear Berganda	62
4.6. Uji Hipotesis	64
4.6.1. Uji Parsial (Uji t)	64
4.6.2. Uji Simultan (Uji F)	66
4.7. Uji Determinasi.....	66
4.8. Pembahasan	67
BAB V SIMPULAN	71
5.1. Simpulan.....	71
5.2. Keterbatasan	72
5.3. Implikasi.....	73
5.3.1. Implikasi Teoritis	73
5.3.2. Implikasi Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	78



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1	<i>Top Brand Index</i> Minimarket Tahun 2024.....	3
Tabel I- 2	Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas <i>Membership</i> Alfamart Di Kabupaten Kebumen	5
Tabel II- 1	Penelitian Terdahulu	26
Tabel III- 1	Definisi Operasional	33
Tabel IV- 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel IV- 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel IV- 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Tabel IV- 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	53
Tabel IV- 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi <i>Membership</i> Alfamart.....	54
Tabel IV- 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Satu Bulan.....	54
Tabel IV- 7	Uji Validitas Variabel Financial Benefit	56
Tabel IV- 8	Uji Validitas Variabel Social Benefit	57
Tabel IV- 9	Uji Validitas Variabel Structural Ties.....	57
Tabel IV- 10	Uji Validitas Variabel Loyalitas	58
Tabel IV- 11	Uji Reliabilitas.....	59
Tabel IV- 12	Uji Kolmogorov-Smirnov	60
Tabel IV- 13	Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel IV- 14	Uji Glejser	62
Tabel IV- 15	Uji Analisis Linear Berganda	63
Tabel IV- 16	Uji t	65
Tabel IV- 17	Uji F	66
Tabel IV- 18	Uji Determinasi (R^2)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris	29
----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Lembar Kuesioner Penelitian
Lampiran Ii	Tabulasi Jawaban Responden
Lampiran Iii	Uji Validitas
Lampiran Iv	Uji Reliabilitas
Lampiran V	Uji Regresi Linear Berganda
Lampiran Vi	Uji T
Lampiran Vii	Uji F
Lampiran Viii	Uji Determinasi (R^2)
Lampiran Ix	Uji Multikonieritas
Lampiran X	Uji Heterokedastisitas
Lampiran Xi	Uji Normalitas
Lampiran Xii	T Tabel
Lampiran Xiii	F Tabel
Lampiran Xiv	R Tabel
Lampiran Xv	Kartu Konsultasi Skripsi
Lampiran Xvi	Kartu Tanda Peserta Seminar Skrpisi