

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan petunjuk-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul "Pengaruh Program Mandiri Fiestapoin sebagai Pelaksanaan Customer Relationship Management terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri,Tbk (Studi pada Nasabah Bank Mandiri,Tbk Cabang Soekarno Hatta Bandung tahun 2014)". Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis pada jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Telkom Economics and Business School, Telkom University.

Terselesainya Tugas Akhir ini tidak lepas dari adanya bantuan dan dukungan baik moril maupun materiil dari berbagai pihak dalam menyelesaikan kendala yang dihadapi penulis. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Tjahjono Djatmiko,Ir.,MBA selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan pengarahan, bimbingan, nasehat dan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Indira Rachmawati,ST.,MSM dan Ibu Heppy Millanyani.S.Sos.,MM selaku penguji seminar proposal dan penguji sidang Tugas Akhir, terima kasih atas koreksi, arahan dan nasehat untuk kebaikan penelitian ini.
3. Ibu Khairani R. Siregar, S.Si, MT selaku dosen wali yang memberikan nasehat, membantu dan mendengarkan keluhan serta curhatan penulis selama kuliah.
4. Semua dosen Telkom Economics and Business School yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis.
5. Kedua Orang Tua tercinta Bapak R. Dedi Sjardi S,E dan Ibu Emmy Purnami, serta kakak tercinta Taurina Megasari Syardi Putri dan adik tercinta Eczatio Rizkyanto Syardi Putra terimakasih atas semangat, motivasi, dan doa yang selalu mengiringi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Teman-teman seperjuangan MBTI C 2010, BEM SMTM Kabinet Bersama 2011 dan TATIB 2012, Abang None Jakarta Pusat 2013 yang luar biasa, terimakasih atas doa, dukungan dan pengalaman yang tak terlupakan.
7. Terima kasih rekan-rekan seperjuangan Isnaini Desnitasari, Rio Kurniawan, Allen Herlambang, Winey wardani, Mayvanni dan semua teman dekat yang selalu mengajarkan solidaritas dan kesetiakawanan serta dukungan kepada penulis.
8. Terimakasih kepada kekasih hati Mochammad Erkki Svante Nyfors yang selalu memberikan semangat, mendukung, dan membantu penulis dalam mengerjakan Tugas Akhir ini.
9. Civitas Akademika Telkom Economics and Business School dan Yayasan Pendidikan Telkom serta seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat yang telah berjasa membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semoga segala bantuan yang sudah penulis terima, mendapat balasan dari Allah SWT. Dalam penulisan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kelemahan dan kekurangan karena keterbatasan waktu yang penulis miliki, untuk itu sangat diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk memperbaiki dan menyempurnakan Tugas Akhir ini.

Akhirnya penulis berharap Tugas Akhir yang sederhana ini dapat memberi manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Bandung, 8 Juli 2014

Penulis,

Genizka Juniasari Syardi Putri

1201100066

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i	
HALAMAN PERNYATAAN	ii	
KATA PENGANTAR	iii	
ABSTRAK	v	
DAFTAR ISI.....	vii	
DAFTAR TABEL.....	ix	
DAFTAR GAMBAR.....	x	
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi	
BAB I PENDAHULUAN		
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1	
1.1.1 Gambaran Umum PT Bank Mandiri Tbk	1	
1.1.2 Logo Perusahaan	2	
1.1.3 Visi dan Misi	2	
1.1.4 Profil Bank Mandiri Kantor Cabang Pembantu Soekarno Hatta	2	
1.1.5 Produk dan Layanan Bank Mandiri	5	
1.1.6 Program Mandiri Fiestapoin	6	
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	6	
1.3 Perumusan Masalah.....	12	
1.4 Tujuan Penelitian.....	12	
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12	
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	13	
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN		14
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	14	
2.1.1 Penegertian <i>Customer Relationship Management</i>	14	
2.1.2 Komponen <i>Customer Relationship Management</i>	14	
2.1.3 Tujuan dan Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	16	
2.1.4 Aktivitas dan strategi <i>Customer Relationship Management</i>	17	
2.1.5 Loyalitas Pelanggan	18	
2.1.6 Karakteristik dan Tahapan Loyalitas Pelanggan	19	
2.1.7 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	22	
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23	
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35	
2.4 Hipotesis Penelitian.....	36	
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	37	
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1 Jenis Penelitian.....	38	
3.2 Operasional Variabel.....	38	

3.2.1 Operasional Variabel	38
3.2.2 Skala Pengukuran	40
3.3 Tahapan Penelitian.....	42
3.4 Populasi dan Sampel.....	43
3.5 Pengumpulan Data.....	43
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.7.1 Analisis Deskriptif	47
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	48
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	50
3.7.4 Koefisien Determinasi	50
3.7.5 Pengujian Hipotesis	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Karakteristik Responden	53
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	54
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Menjadi Nasabah.....	55
4.2 Tanggapan Responden Mengenai CRM pada Program Mandiri Fiestapoin	56
4.2.1 Tanggapan Responden mengenai Manusia CRM pada Program Mandiri Fiestapoin ...	57
4.2.2 Tanggapan Responden mengenai Proses CRM pada Program Mandiri Fiestapoin	59
4.2.3 Tanggapan Responden mengenai Teknologi CRM pada Program Mandiri Fiestapoin ..	62
4.3 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Nasabah Bank Mandiri	66
4.3.1 Tanggapan Responden mengenai Pembelian Berulang	66
4.3.2 Tanggapan Responden mengenai Pembelian Antarlini	67
4.3.3 Tanggapan Responden mengenai Mereferensikan Produk	69
4.3.4 Tanggapan Responden mengenai Kekebalan terhadap Produk Pesaing	70
4.4 Uji Asumsi Klasik	74
4.4.1 Uji Normalitas	74
4.4.2 Uji Multikolinieritas	75
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	76
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.6 Analisis Koefisien Determinasi.....	78
4.7 Pengujian Hipotesis	79
4.7.1 Uji F (simultan)	79
4.7.2 Uji T	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Bank Mandiri KCP Soekarno Hatta.....	3
Tabel 1.2 Produk Bank Mandiri	4
Tabel 1.3 Rekapitulasi Bank di Indonesia.....	7
Tabel 1.4 10 Bank Terbesar Berdasarkan Aset	7
Tabel 1.5 10 Bank Terbesar Berdasarkan Jumlah Nasabah	8
Tabel 1.6 Pertumbuhan Jumlah Aset dan Jumlah Nasabah Bank Mandiri	8
Tabel 1.7 Keluhan Konsumen Yang diterima YLKI tahun 2012	10
Tabel 1.8 Keluhan Pelanggan Bank Mandiri KCP Soekarno Hatta	10
Tabel 2.1 Perlakuan Terhadap Tahapan Loyalitas Pelanggan	22
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Berbentuk Skripsi	28
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Berbentuk Jurnal	30
Tabel 2.4 Waktu Penelitian	37
Tabel 3.1 Operasional Variabel	39
Tabel 3.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Customer Relationship Management (X).....	44
Tabel 3.3 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	45
Tabel 3.4 Hasil Uji Realibilitas Kuisisioner Penelitian	46
Tabel 3.5 Klasifikasi Presentase	48
Tabel 4.1 Tanggapan Responden mengenai Manusia CRM pada Program Mandiri Fiestapoin	57
Tabel 4.2 Tanggapan Responden mengenai Proses CRM pada Program Mandiri Fiestapoin	59
Tabel 4.3 Tanggapan Responden mengenai Teknologi CRM pada Program Mandiri Fiestapoin	62
Tabel 4.4 Tingkat Penilaian mengenai CRM pada Program Mandiri Fiestapoin	64
Tabel 4.5 Tanggapan Responden mengenai Pembelian Berulang	66
Tabel 4.6 Tanggapan Responden mengenai Pembelian Antarlini	68
Tabel 4.7 Tanggapan Responden mengenai Mereferensikan Produk	69
Tabel 4.8 Tanggapan Responden mengenai Kekebalan terhadap Produk Pesaing	71
Tabel 4.9 Tingkat Penilaian mengenai Loyalitas Pelanggan pada Nasabah Bank Mandiri	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 4.11 Uji Multikolineritas	75
Tabel 4.12 Regresi Linier Berganda.....	77
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi.....	78
Tabel 4.14 ANOVA.....	79
Tabel 4.16 Uji t	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo PT Bank Mandiri Tbk	2
Gambar 1.2 Struktur Organisasi Bank Mandiri KCP Soekarno Hatta	3
Gambar 2.1 Tahapan Loyalitas	21
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Berpikir	36
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	42
Gambar 3.2 Garis Kontinum	48
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	53
Gambar 4.2 Usia Responden	54
Gambar 4.3 Pendidikan Terakhir	54
Gambar 4.4 Lamanya sudah menjadi Nasabah Bank Mandiri	55
Gambar 4.5 Garis Kontinum mengenai Manusia CRM pada Program Mandiri Fiestapoin	58
Gambar 4.6 Garis Kontinum mengenai Proses CRM pada Program Mandiri Fiestapoin.....	60
Gambar 4.7 Garis Kontinum mengenai Teknologi CRM pada Program Mandiri Fiestapoin.....	63
Gambar 4.8 Garis Kontinum mengenai CRM pada Program Mandiri Fiestapoin	64
Gambar 4.9 Garis Kontinum mengenai Pembelian Berulang	67
Gambar 4.10 Garis Kontinum mengenai Pembelian Antarlini	68
Gambar 4.11 Garis Kontinum mengenai Mereferensikan Produk.....	70
Gambar 4.12 Garis Kontinum mengenai Kekebalan terhadap Produk pesaing	71
Gambar 4.13 Garis Kontinum mengenai variabel Loyalitas Pelanggan pada Nasabah Bank Mandiri.....	72
Gambar 4.14 Grafik Uji Normalitas P- plot	74
Gambar 4.15 Grafik Uji Heteroskedastisitas scatterplot	76

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	KUISIONER
LAMPIRAN 2.....	CODING HASIL KUISIONER
LAMPIRAN 3	HASIL MSI
LAMPIRAN 4	HASIL OUTPUT SPSS