

**STUDI EMPIRIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) CITRA  
MEREK DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
THE BODY SHOP JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**



Oleh:

**Diwan Sakharia**

**17.1041.1136**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2023**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Diwan Sakharia

NIM : 1710411136

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : STUDI EMPIRIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) CITRA MEREK DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN THE BODY SHOP JEMBER adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 13 Juli 2023

Yang menyatakan,



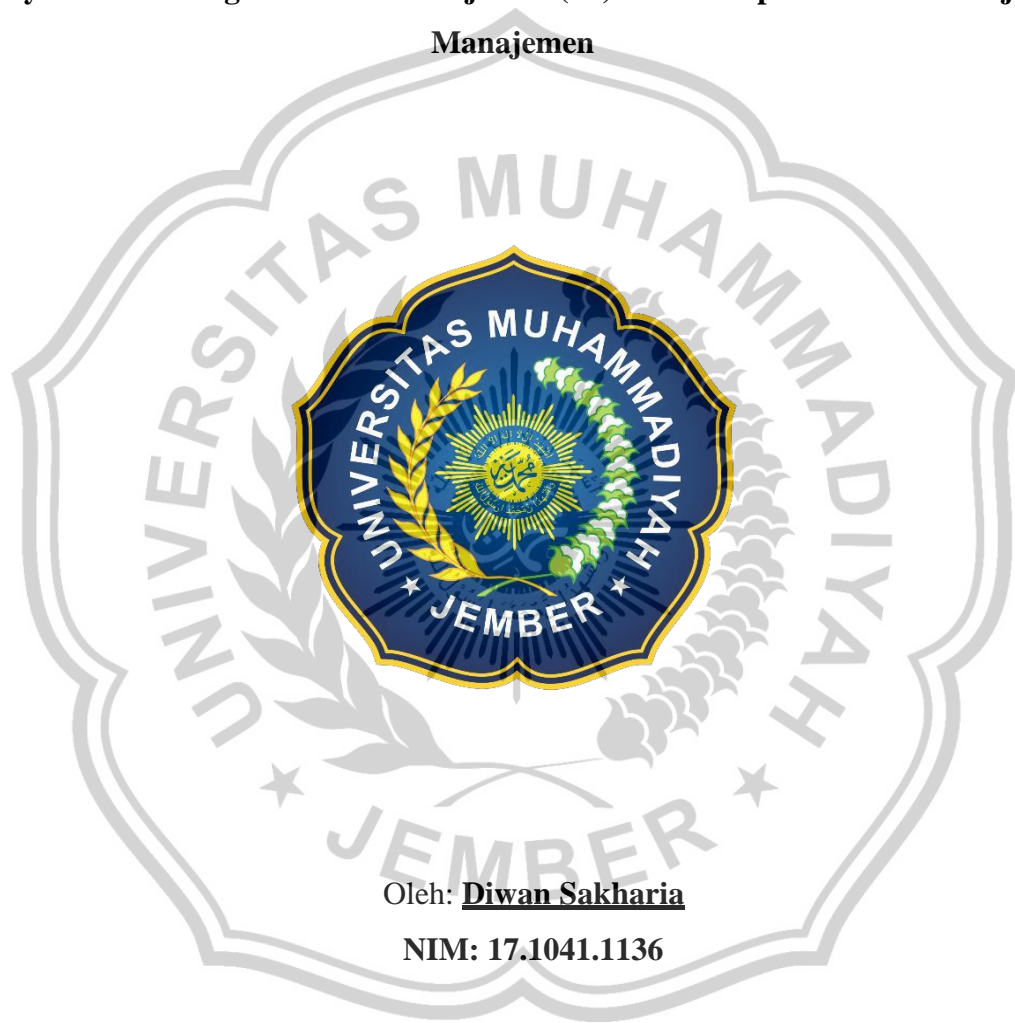
Diwan Sakharia

NIM. 17.1041.1136

**STUDI EMPIRIS CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) CITRA  
MEREK DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
THE BODY SHOP JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana  
Manajemen**



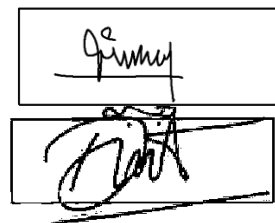
Oleh: **Diwan Sakharia**

**NIM: 17.1041.1136**

**Pembimbing :**

**Dosen Pembimbing Utama : Dr. Retno Endah Supeni, MM**

**Dosen Pembimbing Kedua : Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM**



## PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Studi Empiris Customer Relationship Management (CRM) Citra Merek Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan The Body Shop Jember, telah di uji dan disahkan oleh fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Nama : Diwan Sakhatia  
NIM : 1710411136  
Hari : Jum'at  
Tanggal : 21 juli 2023  
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Jember

Tim Penguji,

*Bayu*

Bayu Wijayanti S.E., MM  
NPK: 1979021711009661

Anggota 1

*[Signature]*  
Dr. Ketho Endang Supeni, M.Pd  
NPK: 1967052219510256

Anggota 2

*[Signature]*  
Achmad Hasan Hafidzi, SE., MM  
NPK: 1980651411703796

Mengesahkan



Maheni Ika Sari, SE., MM  
NIP: 19770811200512001

Ketua Program Studi

*[Signature]*  
Dr. Trias Setyowati, SH. S.E., MM  
NPK: 1972032710509477

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman dan kasih-Nya kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya :

1. Kedua orang tua tercinta yang selalu mendoakan, membimbing, dan kasih sayangnya yang begitu besar sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
2. Kakak ku tersayang Shendi Ardilah Alkatiri dan Ivan Fahmi Alkatiri yang selalu mendukung dan selalu memberi semangat dalam mengerjakan tugas akhir ini.
3. Ibu Dr. Retno Endah Supeni, MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dari awal penyusunan skripsi serta memberikan arahan dan semangat kepada peneliti.
4. Achmad Hasan Hafidzi, SE.,MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada peneliti dengan kesabaran dan semangat kepada peneliti.
5. Ibu Bayu Wijyantini S.E.,MM selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran untuk penelitian ini.
6. Pihak The Body Shop Jember yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian dengan memberikan informasi dan data kepada peneliti sebagai kebutuhan penelitian.
7. Teman-teman seperjuangan yang sudah seperti saudara sendiri Ahmad, Bagus, Fathul, Andaru terima kasih telah memberikan semangat, support, dan yang selalu ingetin untuk segera selesaikan tugas akhir ini, sayang kalian semua.
8. Teman-teman seangkatan Manajemen 2017 khususnya teman seperjuangan kelas Manajemen D terima kasih sudah memberikan semangat kepada peneliti.
9. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember yang selalu saya banggakan dan memberi pengalaman dan cerita selama perkuliahan.

## MOTTO

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya  
(QS. Al Baqarah : 286)

Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga dan bertaqwalah  
kepada Allah supaya kamu menang.  
(QS. Al Imraan : 200)

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari  
suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain).  
(QS. Al Insyirah :6-7)

Barangsiapa bertaqwa pada Allah, maka Allah memberikan jalan keluar kepadanya dan  
memberi rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka. Barangsiapa yang bertaqwa pada Allah,  
maka Allah jadikan urusannya menjadi mudah. Barangsiapa yang bertaqwa pada Allah akan  
dihapuskan dosa-dosanya dan mendapatkan pahala yang agung.  
(QS. Ath Thalaq : 2-4)





## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karuniaNya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Studi Empiris Customer Relationship Management (CRM) Citra Merek Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan The Body Shop Jember” sesuai dengan rencana yang telah direncanakan.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi dan Bisnis (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Maheni Ika Sari S.E.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
  2. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH. S.E.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
  3. Ibu Dr. Retno Endah Supeni, MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Achmad Hasan Hafidzi,SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
  4. Ibu Bayu Wijyanati SE.,MM selaku dosen ketua penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
  5. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
  6. Pihak The Body Shop Jember yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan penelitian dengan memberikan informasi dan data kepada peneliti sebagai kebutuhan penelitian.
  7. Kedua orang tua yang telah memberikan doa dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
  8. Teman-teman Program Studi Manajemen dan Bisnis 2017 atas dukungan dan semangatnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca dan bagi kemajuan ilmu manajemen.

Jember, 04 Nofember 2023



Diwan Sakharia

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>6</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>7</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>x</b>
<b>2.1 Tinjauan Teori</b> .....	<b>x</b>
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	x
2.1.2 Pengertian Pemasaran .....	9
<b>2.2 Customer Relationship Management</b> .....	<b>9</b>
2.2.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> .....	9
2.2.2 Aktivitas <i>Customer Relationship Management</i> .....	10
2.2.3 Manfaat dan Tujuan <i>Customer Relationship Management</i> .....	11
2.2.4 Indikator <i>Customer Relationship Management</i> .....	12
<b>2.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)</b> .....	<b>14</b>
2.3.1 Pengertian Citra Merek .....	14
2.3.2 Manfaat Merek .....	15
2.3.3 Pengukur Citra Merek .....	16
2.3.4 Faktor Pembentuk Citra Merek .....	17
2.3.5 Indikator Citra Merek .....	17
<b>2.4 Kepuasan</b> .....	<b>x</b>
2.4.1 Pengertian Kepuasan .....	1x
2.4.2 Strategi Meningkatkan Kepuasan .....	x
2.4.3 Indikator Kepuasan .....	20
<b>2.5. Loyalitas Pelanggan</b> .....	<b>21</b>
2.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	21
2.5.2 Manfaat Loyalitas Pelanggan .....	22



<b>2.6 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>24</b>
<b>2.7 Kerangka Pemikiran dan Teoritis .....</b>	<b>26</b>
<b>2.8 Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>xi</b>
2.8.1 <i>Customer Relationship Management</i> berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan .....	xi
2.8.2 Citra Merek berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan .....	xi
2.8.3 Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan .....	3xi
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
<b>3.1 Identifikasi Variabel .....</b>	<b>30</b>
<b>3.2 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>30</b>
<b>3.3 Desain Penelitian .....</b>	<b>33</b>
<b>3.4 Jenis Dan Sumber Data .....</b>	<b>33</b>
3.4.1 Data Primer .....	33
3.4.2 Data sekunder .....	33
<b>3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....</b>	<b>34</b>
3.5.1 Populasi .....	34
3.5.2 Sampel .....	34
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	35
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>35</b>
3.6.1 Wawancara .....	35
3.6.2 Observasi .....	35
3.6.3 Kuesioner .....	35
<b>3.7 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>36</b>
3.7.1 Statistik Deskriptif .....	36
3.7.2 Uji Instrument Data .....	36
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
3.7.4 Uji Asumsi Klasik .....	37
3.7.5 Uji Hipotesis .....	38
3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>40</b>
4.1.1 Profil Perusahaan .....	40
4.1.2 Filosofi The Body Shop .....	41

4.1.3 Visi Dan Misi The Body Shop .....	41
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan .....	41
<b>4.2 Hasil Analisis Data .....</b>	<b>44</b>
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	44
4.2.2 Uji Instrumen Data .....	47
4.2.3 Uji Regresi .....	49
4.2.4 Uji Asumsi Klasik .....	51
4.2.5 Uji Hipotesis .....	53
4.2.6 Koefisiensi Determinasi .....	54
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>54</b>
4.3.1 <i>Customer Relationship Management</i> berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.....	54
4.3.2 Citra Merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.....	55
4.3.3 Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan .....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>58</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>58</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>Pengantar Kuesioner .....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>65</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Awards 2019-2021 .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	27
Gambar 3.1 <i>Semantic Differential Scale</i> .....	36
Gambar 4.1 Logo The Body Shop .....	40
Gambar 4.2 Struktur Management The Body Shop .....	42



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Tedahulu .....	24
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	45
Tabel 4.3 <i>Customer Relationship Manager</i> (X1) .....	45
Tabel 4.4 Citra Merek (X2) .....	46
Tabel 4.5 Kepuasan Pelanggan (X3) .....	46
Tabel 4.6 Loyalitas Pelanggan (Y) .....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas .....	xiv
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas .....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	51
Tabel 4.12 Analisis Regresi Linier Berganda .....	51
Tabel 4.13 Hasil Uji t .....	53
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi Berganda $R^2$ .....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pengantar Kuesioner .....	63
Lampiran 2. Lembaran Kuesioner .....	64
Lampiran 3. Rekapitulasi Jadwal Responden .....	68
Lampiran 4. Surat Penelitian .....	72
Lampiran 5. Deskriptif Statistik .....	73
Lampiran 6. Dokumentasi .....	86

